

EL TURISMO Y SU RELACIÓN CON LA COMUNIDAD LOCAL

EL DESAFÍO DE LA SUSTENTABILIDAD



Experiencias de investigación, desarrollo e innovación

Anales del VIII Congreso de la
Sociedad de Investigadores en Turismo

Instituto del Patrimonio Turístico.
Facultad de Arquitectura Urbanismo y Paisaje.

Universidad Central de Chile
Santa Isabel #1168, Santiago de Chile
Fono: 56 2 2582 6618
Correo electrónico:
ipt@ucentral.cl

Derechos reservados
Primera Edición Noviembre 2015, 500 ejemplares.
Ninguna parte de esta publicación puede reproducirse
sin previa autorización del
Instituto del Patrimonio Turístico,
Universidad Central.

EL TURISMO Y SU RELACIÓN CON LA COMUNIDAD
LOCAL, EL DESAFÍO DE LA SUSTENTABILIDAD:
Experiencias de investigación, desarrollo e innovación.
Anales del VIII Congreso de la
Sociedad de Investigadores en Turismo.

Coordinación Editorial:
Miguel García Corrales
Karla Pino Rojas
Instituto de Patrimonio Turístico (IPT)

Inscripción en el registro de propiedad intelectual
ISBN: 978-956-330-050-5
Diseño y diagramación: Karla Pino Rojas
Imagen portada: IPT
Santiago de Chile

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| PRESENTACIÓN: Miguel García Corrales | 9 |
| CAPÍTULO 1: TURISMO Y COMUNIDAD LOCAL | 13 |
| 1.1. InvestigaçãO Aplicada no Desenvolvimento do Turismo Comunitário: Turismo sertanejo. | 15 |
| 1.2. Turismo, actores e imaginarios: Reflexiones a partir de experiencias de turismo situadas en la zona de amortiguación del Parque Nacional Villarrica y la Reserva Nacional Mocho Choswenko en el sur de Chile. | 27 |
| 1.3. Desarrollo sostenible del turismo, una mirada desde la sostenibilidad sociocultural en el Noroeste Argentino. | 41 |
| 1.4. El turismo de bienestar como estrategia de desarrollo sostenible en zonas perifericas de la región Bogotá – Cundinamarca. | 59 |
| 1.5. Turismo Comunitario en la cuenca del Río Tunjuelo en Bogotá: Hacia un compromiso con la sostenibilidad desde la apropiación del territorio. | 71 |
| 1.6. Turismo de base comunitaria y responsabilidad social corporativa: relato de una experiencia sobre el proyecto “Ateliê arte nas cotas”, en Cubatão, San Paulo, Brasil. | 85 |
| 1.7. O Turismo De Base Comunitária Como Vetor Do Desenvolvimento Local Em Assentamentos Da Reforma Agrária. | 101 |
| 1.8. Comprendiendo los impactos del turismo sobre el patrimonio cultural desde la comunidad. La experiencia del Barrio Yungay de Santiago y del Cerro Alegre-Concepción de Valparaíso. Chile. | 115 |
| 1.9. Relações de hospitalidade de hotéis com a comunidade local: Estudo das ações da rede Bourbon de Hotéis & Resorts. | 129 |
| 1.10. Hospitalidade e hostilidade na Copa 2014 – Brasil. | 141 |

| | |
|--|-----|
| 1.11 Camareiras e Stakeholders da Hotelaria: Estudo de casos múltiplos Hotel Hilton São Paulo Morumbi, Ecolimp e ONG APAF - Brasil. | 155 |
| 1.12. Los pueblos indígenas de Tarapacá, Provincia del Tamarugal Chile y su patrimonio turístico. | 171 |
| 1.13. Modelo para el análisis de la experiencia del ocio al aire libre y los vínculos con el territorio. | 183 |
| 1.14. La Participación e Involucramiento de Actores locales vinculados al Turismo según las Directrices de Planificación del Uso Público Turístico de las Áreas Protegidas de Uruguay. | 195 |
| 1.15. “Morfología, Usos e Impactos en los Espacios Públicos Turísticos de la Ciudad. El caso de los barrios Lastarria y Yungay en Santiago de Chile y del Cerro Concepción en Valparaíso”. | 209 |
| CAPITULO 2: EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN TURISMO | 231 |
| 2.1. Bases para la Gestión Sustentable de Destinos Turísticos. El valor de una distinción a nivel nacional. | 233 |
| 2.2. Implantación de un Sistemas de Gestión en Procesos Sostenibles para organizaciones turísticas de la región del Balle de Tenza, Boyacá, Colombia, Caso de sistematización. | 249 |
| 2.3. Revitalização de Espaços Pós-industriais: O Turismo como Alternativa de Desenvolvimento Sustentável para as Minas do Camaquã em Caçapava do Sul-RS/ Brasil. | 265 |
| 2.4. Estudo de viabilidade de implantação de uma empresa de intercâmbio receptivo na cidade de Parnaíba, Piauí, Brasil. | 279 |
| 2.5. Visualización de datos del inventario turístico: Cuenca y Santa Barbara, de la provincia del Azuay, Ecuador. | 289 |

| | |
|--|------------|
| 2.6. La georeferenciación como herramienta estratégica para el desarrollo del turismo de bienestar en Colombia. | 303 |
| 2.7. Análisis e impacto de la Ley N° 20.580 de tolerancia cero alcohol en la industria gastronómica | 311 |
| 2.7. Educación Media Técnico Profesional en Turismo: Imaginario Social, Motivación y Agentes intervinientes en la elección, expectativas y proyecciones (Estudio de Caso, INSAT Valdivia) . | 323 |
| 2.8. Análisis de los resultados obtenidos en hoteles de Bogotá, a partir de la implementación de la norma NTS-TS 002. | 339 |
| CAPÍTULO 3: EL TURISMO Y SU DESARROLLO COMO BIEN PÚBLICO | 355 |
| 3.1. El turismo ¡qué gran invento! Estrategias de marketing urbano para el rediseño de las ciudades | 357 |
| 3.2. La interpretación del Patrimonio, una herramienta vital hacia la sustentabilidad del territorio: Bases y Fundamentos para la Interpretación del Patrimonio en Chile | 369 |
| 3.3. Propuesta metodológica para la evaluación de la sustentabilidad de los planes de desarrollo turístico. Aplicación a la Región de Coquimbo. | 379 |
| 3.4. Consideraciones para la medición de capacidad de carga turística en inmuebles patrimoniales: propuesta de adaptación de la metodología utilizada en áreas silvestres protegidas. | 395 |
| 3.5. Metodología para el Estudio del Impacto de la Actividad Turística Argentina en los Fines de Semana Largos del año 2014. Legislación y turismo, regulación laboral de un sector estacional | 405 |
| 3.6. Índice de competitividad turística regional de Chile | 423 |
| 3.7. El trabajo en el sector de Turismo: los trabajadores/as de las Agencias de Viajes y Turismo de Ciudad de Buenos Aires en el periodo 2003 a 2010. | 437 |

| | |
|--|-----|
| 3.8. Marketing para eventos: estratégias de promoção e comunicação da Feira Internacional do Milho de Santo Ângelo/RS - Brasil | 451 |
| 3.9. Patrimonio cultural inmaterial en función de su uso turístico: Análisis del caso Barrio Getsemaní, Cartagena de Indias, Colombia (Patrimonio Cultural de la Humanidad, UNESCO). | 465 |
| 3.10. Turismo Industrial e Itinerarios Culturales: Nuevos desafíos para la puesta en valor del patrimonio industrial en Chile. El caso de El Salvador, La Última Ciudad del Cobre. | 483 |
| 3.11. Dos experiencias en materia de turismo patrimonial: Molinos de agua en Murcia (España) y Molinos de agua en territorio chileno. | 493 |
| 3.12. Almadraba al sol: construyendo el futuro de la costa gaditana | 509 |
| 3.13. Pueblos mágicos. Una oportunidad de posicionamiento territorial | 525 |
| 3.14. Innovación turística y gestión regional para el departamento de Boyaca - Colombia | 541 |
| 3.15. Políticas públicas de competitividad e innovación: Un análisis crítico de los cluster de turismo en Chile | 551 |
| 4. CONCLUSIONES | 561 |

Presentación

La construcción del conocimiento turístico ha sido una tarea compleja, no exenta de discusiones tanto en su forma como en su fondo. La relación dialéctica entre ciencia y ocio que rodea la observación del quehacer turístico, ha aportado al desarrollo de infinidad de visiones provenientes de las más diversas áreas del saber, lo que contribuye a la divergencia sistémica en torno al estudio del fenómeno turístico. De esta forma se puede afirmar que la madurez en la construcción de conocimiento en torno al saber turístico, manteniendo su eje en el estudio de las ciencias sociales, se ha ido convirtiendo en un campo cada vez más interdisciplinario y complejo.

Desde esta perspectiva la disciplina turística la entendemos como una amplia ventana, desde la cual es posible observar, y buscar respuestas no sólo sobre el comportamiento del viajero, sino que cada vez más sobre el desarrollo del territorio que visita y las relaciones sociales, culturales, ambientales y económicas que esto involucra. Se requiere por lo tanto, y en forma responsable, la generación de instancias que permitan compartir lo observado, discutir las preguntas enunciadas y validar las respuestas arribadas, en el marco de un permanente proceso de construcción del conocimiento turístico.

Conscientes de la necesidad de abrir espacios para compartir los mencionados avances interdisciplinarios del conocimiento en torno al turismo, la Sociedad de Investigadores de Turismo de Chile, en conjunto con el Instituto del Patrimonio Turístico de la Universidad Central de Chile convocaron durante el año 2014 a investigadores, profesionales, estudiantes, empresarios, autoridades y miembros de la sociedad civil a participar del 8° Congreso SOCIETUR, dedicado en esta oportunidad a “El turismo y su relación con la comunidad local, el desafío de la sustentabilidad”, tema propuesto en el marco del “Año del Turismo Comunitario”, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo.

La selección del enfoque se hace cargo, por una parte, de la observación de procesos locales significativos y la generación creciente de expectativas y aprensiones frente al potencial desarrollo de la industria turística, tanto en pequeñas localidades rurales, como en barrios urbanos tradicionales, poseedores de capital patrimonial, por lo general con escasas herramientas para asumir estos cambios, y fuertemente presionados por las demandas desreguladas de las industrias recreativa, turística e inmobiliaria.

La sustentabilidad de la situación expuesta debería implicar que los beneficios alcanzados a partir del desarrollo turístico, sean capaces de aportar tanto a la cultura como a la economía local, permitiendo al menos conservar los recursos patrimoniales que dan identidad al territorio, y generar riqueza y empleo capaz de dinamizar la economía local aumentando el bienestar de sus habitantes. Sin embargo en múltiples oportunidades el turismo y su desarrollo a nivel local han introducido nuevas modalidades de consumo y usos del suelo, que repercuten negativamente en la calidad de vida de los residentes y sus actividades económicas tradicionales, jugando un papel transformador en al menos tres ámbitos del desarrollo territorial: el económico, el ambiental y el cultural.

Es así como la presente compilación de artículos permite orientar, a través de casos prácticos y un profundo análisis académico, la elaboración y expresión de un discurso sectorial, capaz de incorporar desde una visión interdisciplinaria al conjunto de actores que hoy participan y se vinculan a la actividad turística. Los artículos abordan la relación dinámica que enfrenta al desarrollo de la actividad turística con la apropiación ciudadana del espacio, visualizando la necesidad de orientar la discusión y la generación de conocimiento en materias de valor común entre el desarrollo de la industria y el fortalecimiento de los territorios y sus comunidades residentes. Conceptos como turismo, ciudadanía, participación local, sustentabilidad y generación de experiencias turísticas, se presentan en el marco de los nuevos desafíos que enfrenta la industria.

Según lo anterior, la presente publicación, presenta distintos artículos asociados a esta problemática, ordenados en tres capítulos: “Turismo y comunidad local”, “Emprendimiento e innovación empresarial en turismo” y “El turismo y su desarrollo como bien público”, dando cuenta de tres macro miradas convergentes para este proceso de cambio local. Los trabajos presentados provienen de 22 universidades latinoamericanas y un número similar de organizaciones públicas y privadas, que han concentrado su trabajo en registrar sus esfuerzos y experiencias conceptuales y aplicadas para contribuir a la construcción del conocimiento en torno al turismo y su relación con la comunidad local como parte del desafío de la sustentabilidad. En particular es posible ver, a través de los artículos publicados, cómo los investigadores turísticos, en su constante búsqueda, generación y aplicación del conocimiento, vinculan estos desafíos con las estructuras locales y los tomadores de decisión, orientando los procesos de desarrollo local a largo y mediano plazo, favoreciendo la sustentabilidad sectorial.

Finamente, queremos agradecer a la Sociedad de Investigadores en Turismo por darnos la oportunidad de organizar este evento, así como a los autores de los 37 artículos publicados por confiar en esta instancia para difundir sus avances y resultados de investigación y a los más de 200 asistentes al Congreso por participar activamente en este proceso de validación y difusión del conocimiento. Para el Instituto del Patrimonio Turístico de la Universidad Central de Chile, la organización del VIII Congreso Societur 2014 y la compilación del presente libro, han constituido un significativo aporte al desarrollo de sus investigadores y su desarrollo institucional como centro de investigación aplicada, especializado en la caracterización, conservación y uso responsable del patrimonio como activo fundamental de la industria turística.

Miguel García C.

Director del Instituto del Patrimonio Turístico
Universidad Central

CAPÍTULO 1:

TURISMO Y COMUNIDAD LOCAL

Investigação Aplicada no Desenvolvimento do Turismo Comunitário: Caso Turismo Sertanejo, Brasil

Dr. Giovanni Seabra¹

¹ Prof. Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Turismo Sertanejo

O turismo é definido pela Organização Mundial do Turismo – OMT, como o deslocamento das pessoas para fora do lugar de residência habitual, por um período mínimo de 24 horas e um máximo de 90 dias, motivado por razões não lucrativas. Todavia, o conceito não reflete o que é o turismo na sua essência, numa visão sistêmica, holística e integrada. As viagens de lazer também podem ser de curta duração, como o excursionismo, que compreende rápidas visitas aos destinos e pontos turísticos, com permanência menor do que 24 horas.

O turismo é resultado de processos sociais e culturais imensuráveis, imprescindíveis à sua sustentabilidade e perpetuação, que são invariavelmente esquecidos no planejamento e execução dos projetos turísticos, cujo principal objetivo é propiciar o atendimento industrial à massa, e não ao bem estar do indivíduo. O turismo, assim concebido, é explicado quase que unicamente pelo caráter econômico, portanto insuficiente à compreensão do fenômeno turístico em sua totalidade (Seabra, 2012).

O planejamento integral deve reconhecer a complexidade do turismo, processá-la e instrumentalizá-la para promover mudanças que atuem como alavancas do desenvolvimento (MOLINA e RODRIGUEZ, 2001). Para tanto, é preciso que a implantação de projetos não se limite apenas aos interesses políticos e econômicos, mas que seja inserido no contexto ambiental, socioeconômico e cultural local. Uma viagem conduz à ruptura do cotidiano, propiciando o encontro com as expectativas e desejos do viajante, por conseguinte, o estrangeiro é um estranho na terra estranha buscando sentidos e significados no seu próprio passado (TRIGO, 2013).

O turismo é praticado desde a mais remota antiguidade, tanto no mundo ocidental como oriental, haja vista a antiga China, o Império Romano e, mais recentemente, a era das Grandes Navegações, quando navios singravam os mares interiores, exteriores e massas oceânicas, despertando a curiosidade das sociedades europeias para conhecerem as “índias”. Porém, a estruturação do turismo como atividade econômica de escala ocorreu após séculos de exploração, peregrinação, comércio e conflitos entre os povos.

Somente em meados do século 19, o turismo foi organizado como fruto da industrialização, deixando de ser uma atividade exclusiva dos nobres, militares e alto clero, sendo também oferecido à burguesia industrial e comercial, como possibilidade de se fazer algo diferente, exótico e aventureiro fora de seu território habitual (TRIGO, 2013). Posteriormente, sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, o turismo transformou-se num fenômeno de massa, quando os trabalhadores e suas famílias puderam adquirir pacotes de viagem, principalmente durante os feriados prolongados e nos períodos de férias. Nesse

contexto, surgiu a indústria do turismo, também chamada “indústria sem chaminés” especialmente na Europa e Estados Unidos.

No Brasil, o turismo ganhou impulso a partir de 1966, com a criação da Empresa Brasileira de Turismo - Embratur e a implantação do Sistema Nacional de Turismo, em 1967. Contudo, as políticas públicas serviram muito mais para divulgar uma imagem positiva do país no exterior do que incentivar o desenvolvimento através do turismo, mesmo com a criação do Ministério do Turismo em 2003, um órgão com perfil político e não de desenvolvimento. No marketing turístico então criado, o Brasil é apresentado como um paraíso tropical, onde o brasileiro cumpre a função de servir ao visitante, mas nunca como turista. Com objetivo de atrair os turistas estrangeiros, foram estabelecidas estratégias mercadológicas com o intuito de promover o Brasil em outros países. O povo brasileiro exibido ao trade turístico internacional é amável, hospitaleiro e servil, acostumado aos prazeres da vida, como praia, carnaval e sexo.

Como parte da política exterior, o Brasil lançou o programa “Portões de Entrada do Nordeste”, apresentando o turismo praia-sol aos Estados Unidos, Alemanha e Suíça. Além dessas ações, implantou o programa de incentivo aos turistas internacionais, que consistia no financiamento, com juros subsidiados, para que os visitantes pudessem desfrutar os produtos turísticos do país. Para facilitar as viagens dos estrangeiros em território nacional a Embratur criou o *Brazil Air Pass*, permitindo ao turista viajar por mais de vinte dias em vôos domésticos a preços módicos.

As viagens turísticas dos brasileiros, dentro do país e para o exterior, tornaram-se possíveis com a redução dos custos de viagem, a partir da década de 1990. Em 2001, surge o Turismo Sertanejo, projeto desenvolvido na Universidade Federal da Paraíba, criando oportunidade para que as classes mais pobres viajassem pelo interior do país, num contexto ambiental, social e cultural local (SEABRA, 2007a).



Logomarca do Projeto Turismo Sertanejo

A investigação acadêmica cumpre importante papel para o desenvolvimento do turismo no Brasil, havendo cursos de graduação, pós-graduação e programas de extensão universitária em turismo em várias dezenas de universidades do país, a exemplo da Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Para os padrões brasileiros, a UFPB é uma instituição de ensino superior de tamanho médio, que possui 104 cursos de graduação, 30.000 estudantes e 2.000 mil professores, 80 programas de mestrado e doutorado, e dezenas de cursos de especialização *lato sensu*. Na extensão opera em oito áreas: Comunicação, Cultura, Direitos Humanos, Educação, Meio Ambiente, Saúde, Tecnologia e Trabalho, e Turismo. Todavia, o Projeto Turismo Sertanejo é de caráter sustentável, desenvolvido sem qualquer incentivo financeiro das instituições de fomento à pesquisa e extensão brasileiras. A equipe de trabalho é formada de profissionais, professores e estudantes voluntários pertencentes às mais distintas áreas do saber, como Geografia, História, Economia, Administração, Ecologia, Engenharia Ambiental e Turismo, entre outras.

Dado ao seu caráter natural, cultural, paisagístico, socioeconômico, ecológico e educativo, o Turismo Sertanejo é focado no desenvolvimento sustentável do *hinterland* brasileiro, conhecido como sertão, com ênfase no Polígono das Secas. Sertão, portanto, são as terras de dentro, com dimensões continentais e distantes da zona costeira.

A região Nordeste do Brasil é composta de nove estados que somam uma área de 1.500.000², dos quais 956.000² correspondem à região semiárida, um quase deserto, onde vivem 28 milhões de pessoas (SEABRA, 2001). É uma das regiões mais pobres do país que requer a execução de projetos sustentáveis, como o Turismo Sertanejo. O projeto é prioriza como atrativos turísticos as paisagens pitorescas do interior, como bosques secos e coamos de pedras, as fazendas e as pequenas cidades e povoados habitadas por populações tradicionais, denominadas *civilização do couro*. O apelido deve-se ao centenário modelo econômico baseado na criação de gado bovino e caprino, origem da identidade cultural e turística regional.

Essa modalidade de turismo socioambiental prioriza a capacidade de suporte dos sistemas naturais e, ao mesmo tempo, promove o desenvolvimento sustentável dos sistemas econômicos e sociais locais (SEABRA, 2007a). Assim, o objetivo do Turismo Sertanejo é promover uma compreensão integrada do meio ambiente em suas múltiplas e complexas relações, envolvendo aspectos físicos, biológicos, sociais, econômicos, culturais, científicos e éticos. O projeto segue o modelo sistêmico, descentralizado e participativo (BENI, 1998), propiciando a inclusão social, o desenvolvimento local e a integração regional. No sistema turístico harmônico e equilibrado, visitantes e visitados compartilham os atrativos e benefícios do turismo. Nessa perspectiva, são criados os circuitos turísticos, através da implantação de rotas de ligação entre as pequenas cidades, vilas e povoados do sertão, reduzindo os custos de infraestrutura e

serviços, e integrando as comunidades num projeto socioambiental comum. Ao contrário dos “polos” e “complexos turísticos”, que concentram a riqueza em alguns pontos do território, gerando miséria no restante da região, os circuitos turísticos são estruturados de forma descentralizada, ampliando a diversidade de roteiros, atrativos e produtos turísticos (SEABRA, 2000). Ao contrário, os macrossistemas turísticos são pontuais, setoriais, economicamente concentradores e socialmente excludentes. Os circuitos turísticos integrados, assim concebidos, proporcionam o desenvolvimento sustentável para toda a população regional.



Paisagem rural sertaneja, região do Cariri, estado da Paraíba

Ao apresentar alternativas econômicas para a Região Semiárida brasileira, o Turismo Sertanejo impulsiona a cadeia produtiva regional e local, com ênfase nos atrativos turísticos, sem que haja descaracterização da paisagem sertaneja e, ao mesmo tempo, fortalecendo a autoestima e a identidade cultural das comunidades locais (SEABRA, 2007b).

De uma maneira bastante sintética, pode-se dizer que o Turismo Sertanejo insere-se na categoria de turismo exótico, um misto de agroecoturismo, ecoturismo e turismo etnocultural, priorizando o bem estar dos residentes. O fortalecimento dos arranjos produtivos locais, de baixo impacto ambiental, impulsiona a economia regional através do turismo de base local.

O Projeto Turismo Sertanejo é um exemplo de planejamento integral participativo, não obstante o desinteresse dos órgãos oficiais pelo modelo de sustentabilidade nele contido.

Ao longo de sua trajetória, iniciada no ano de 1985, a partir do desenvolvimento de uma dissertação de mestrado intitulada “Estudo Geomorfológico da Região Cárstica de Andaraí, Estado da Bahia: uma contribuição à conservação de cavernas” (SEABRA, 1991), inúmeros projetos foram executados em distintas regiões do Brasil, pautados nos princípios da sustentabilidade ambiental, socioeconômica e cultural regional e local. Um dos projetos pioneiros envolveu a exploração de cavernas na Chapada Diamantina, na região central do estado da Bahia, projeto estruturado em rede socioeconômica, cujas malhas interligam os arranjos produtivos do garimpo de diamantes, agricultura familiar e ecoturismo. Nos anos seguintes à implantação do Circuito Turístico do Diamante, abrangendo os municípios baianos de Lençóis, Andaraí, Palmeiras, Mucugê, Itaetê, Iraquara e Seabra outros projetos sob nossa coordenação foram desenvolvidos e implantados na Região Nordeste, numa clara demonstração de que é possível o desenvolvimento do turismo com inclusão social e preservação ambiental (SEABRA, 1998).

A gestão dos projetos turísticos de base social é realizada através do empoderamento das comunidades locais, não apenas de grupos sociais economicamente organizados ou politicamente instruídos; mas de todos os membros comunitários. Por conseguinte, a inclusão social é incentivada, inserindo os membros comunitários nos arranjos produtivos locais – APLs, e dando-lhes maior autonomia e autoridade sobre as decisões que influenciam suas vidas. Assim, a comunidade participa como sujeito e não como em todas as fases de elaboração e implementação do projeto. Os arranjos produtivos correspondem às cadeias econômicas de base local, cujos laços as vinculam fortemente aos sistemas turísticos integrados.



Arranjo produtivo local do algodão: produção de rede no Cariri paraibano.

Os APLs são manifestações econômicas espontâneas surgidas no seio popular, cuja estruturação e desenvolvimento ocorrem na economia informal, à margem dos programas e ações dos governos federal, estaduais e municipais. São iniciativas autônomas criadas sem qualquer incentivo público, devido ao caráter informal e familiar. Na ausência dos governos como órgãos planejadores e incentivadores do turismo sustentável, os APLs constituem a base econômica e social do Turismo Sertanejo.

Para o ordenamento territorial da zona turística ou lugar turístico, adotamos como procedimento metodológico a análise integrada da paisagem sertaneja, em nível regional, sub-regional e local, numa abordagem geocológica, identificando as subunidades homogêneas na paisagem, em diferentes escalas espaciais (SEABRA, 1998).

A análise da paisagem segue a metodologia de Bertrand (1971). Para o autor, a paisagem é

Uma determinada porção do espaço, resultado da combinação dinâmica, portanto instável, de elementos físicos, biológicos e antrópicos que, reagindo dialeticamente, uns sobre os outros, fazem da paisagem um conjunto único e indissociável, em perpétua evolução. (Bertrand, 1971).

Em nível local, para o desenvolvimento do trabalho de investigação junto à comunidade, utilizamos o Inventário Rápido Participativo (IRP) e o Diagnóstico Rápido Participativo (DRP), no qual o saber tradicional é mesclado ao conhecimento científico.



Sertão Pernambucano: Turismo rural na agricultura familiar.

A metodologia participativa é **centrada nas comunidades locais, com participação direta dos membros comunitários**, seguindo os seguintes passos:

Passo I - Visita exploratória e mobilização dos atores locais;

Passo II - Inventário Rápido Participativo – IRP;

Passo III – Diagnóstico Rápido Participativo – DRP;

Passo IV - Definição de atrativos, produtos e roteiros turísticos;

Passo V – Estruturação das Rotas e Circuitos Turísticos Integrados - CTIs;

Passo VI – Oficinas para capacitação da comunidade local, abordando temas para o conhecimento regional e local, e gestão do turismo;

Passo VII – Desenvolvimento e execução do marketing turístico.

As estratégias, desenhos e peças de marketing devem ser simples e criativas, com utilização dos aspectos naturais e culturais regionais e locais.

Cartaz do VI Simpósio de Turismo Sertanejo e I Congresso Nacional de Turismo Comunitário

Todavia, no Brasil e na maioria dos países da América Latina, o turismo sustentável precisa ser descentralizado e (des)segmentado, de maneira a atingir maior número de usuários, sobretudo os segmentos sociais excluídos. Para o desenvolvimento do turismo com benefício social, sugerimos a estruturação do setor no modelo sistêmico (BERTALANFFY, 1972; BENI, 1998), proporcionando a integração dos diversos segmentos sociais e setores econômicos envolvidos, em todos os níveis abrangendo os distintos aspectos (SEABRA, 2007). Neste modelo de turismo alternativo priorizamos o ócio criativo (MASI, 2000), permitindo ao viajante ascender a níveis superiores de bem-estar espiritual, através do contato com a paisagem natural e o patrimônio cultural material e imaterial.

Pelo contrário, a indústria turística “sem chaminés” promove o distanciamento entre visitantes e comunidades, cujo propósito é auferir maiores lucros por meio da alienação do turista, mesmo após a criação do Ministério do Turismo - MinTur, em janeiro de 2003. A implantação de programas turísticos com oferta de recursos via este órgão, incentivou a criação das secretarias de turismo municipais, geralmente sem destinação de verbas e nem a contratação de pessoal. Quase sempre os órgãos oficiais de turismo são acoplados a outras secretarias já existentes – obras, cultura, educação, esportes, etc. Assim, as secretarias de turismo funcionam mais como escritórios políticos e menos como órgãos de desenvolvimento.

O turismo sertanejo envolve a atividade turística em toda a sua complexidade, considerando em uma de suas vertentes a cultura popular, tanto no aspecto imaginativo e criativo, como fonte geradora de renda para as famílias sertanejas.



Caminho das pedras: geoturismo no Agreste pernambucano

Por outro lado, mesmo ignorado pelos órgãos oficiais, em níveis federal, estadual e municipal, o Projeto Turismo Sertanejo, tem alcançado excelentes resultados na execução dos planos para implantação de roteiros e circuitos turísticos no sertão, sempre fiel aos seus objetivos, ou seja:

- Inventariar o potencial turístico regional e local;
- Elaborar diagnósticos e zoneamentos nos municípios e localidades;
- Resgatar e fortalecer a identidade cultural local;
- Definir roteiros e elaborar circuitos integrados;
- Melhorar infraestrutura, equipamentos e serviços;
- Adequar os equipamentos à paisagem natural e cultural;
- Capacitar membros da comunidade residente;
- Agregar parceiros potenciais;
- Elaborar calendário turístico;
- Adotar estratégias de Marketing.

O método geográfico aplicado ao ordenamento territorial, planejamento, manejo e gestão de unidades de conservação, tem contribuído significativamente para a preservação de áreas protegidas e o fortalecimento das populações tradicionais, sobretudo quando possui caráter multidisciplinar e participativo. O diagnóstico ambiental permite conhecer os diversos ambientes e ecossistemas em áreas protegidas, definindo unidades geocológicas homogêneas, com diferentes formas de uso sustentável. A concepção dialética da interação entre os diferentes aspectos que envolvem a sociedade e a natureza serve como suporte à investigação geocológica da paisagem (RODRIGUES et al, 2004).

O diagnóstico ambiental é acompanhado pelo uso dos Sistemas de Informações Geográficas – SIGs, tomando como base imagens de satélites, fotografias aéreas e mapas georreferenciados, apresentando como produto final o zoneamento ambiental.

Alguns projetos desenvolvidos pelo Projeto Turismo Sertanejo estão a seguir relacionados (SEABRA, 2007):

- Chapada Diamantina – Circuito turístico abrangendo sete municípios: Lençóis, Andaraí, Mucugê, Itetê, Palmeiras, Seabra e Iraquara, cujos principais atrativos são a paisagem do Parque Nacional da Chapada Diamantina, a cultura garimpeira e as cavernas da região calcária.
- Sertão do Araripe – Turismo social na agricultura familiar cuja base é a zona rural de Ouricuri, no estado de Pernambuco, onde os principais atrativos são a paisagem natural da caatinga, a cultura popular, os métodos tradicionais de produção rural e as tecnologias alternativas para o convívio do homem com os grandes períodos de estiagem.
- Cariri Paraibano – roteiro rural e urbano denominado Circuito Turístico do Bode e do Algodão, ligando os municípios de Cabaceiras, São João do Cariri, Serra Branca, Monteiro e Prata.
- Oeste Baiano – Propusemos a implantação de um roteiro integrado, envolvendo o distrito espeleológico regional, os pequenos povoados rurais e as propriedades de agricultura familiar nos municípios de Barreiras e São Desidério.
- Agreste Pernambucano – o projeto denominado “Caminho das Pedras: o turismo ecológico de base geológica no Agreste Pernambucano” procurou enfatizar nos roteiros estruturados as notáveis feições geológicas do Planalto da Borborema, integradas ao quadro cultural e sócio econômico dos municípios de Gravatá, Bezerros, Belo Jardim e Brejo da Madre de Deus.

- Sertão do Pajeú – roteiro abrangendo a agora chamada Rota do Cangaço, nele inseridos os engenhos de rapadura, a história do fanatismo religioso e os centros da poesia sertaneja. O circuito estruturou em rede os municípios de Serra Talhada, São José do Bel Monte, Triunfo, Flores, Tabira e São José do Egito.

Não obstante a comprovação da viabilidade dos roteiros acima mencionados, inclusive com visitas programadas de grupos, não houve qualquer interesse dos governos federal, estadual e prefeituras municipais na construção de parcerias necessárias à consolidação dos roteiros. A aprovação de projetos direcionados ao desenvolvimento do turismo continua centralizada politicamente e economicamente. Contrariamente às políticas públicas, qualquer mudança para a sustentabilidade do setor deve ser pautada na observância da base local e gestão compartilhada dos arranjos produtivos do turismo. Todavia, o Projeto Turismo Sertanejo possui reconhecimento nacional e internacional. O projeto realizou oito encontros acadêmico-científicos em quatro estados do Brasil Paraíba, Pernambuco, Bahia e Minas Gerais, reunindo, no total alguns milhares de participantes; publicou 10 obras acadêmico-científicas, impressas, em CD e E-Books, contendo aproximadamente 500 artigos na maioria ilustrados, e é citado em centenas de páginas da WEB.

Referências

- BENI, Mário C. (2006). Política e Planejamento do Turismo no Brasil. São Paulo: ALEPH.
- (1998). Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: SENAC.
- BERTALANFFY, L. V. (1972). General Systems Theory. New York: Braziller.
- BOULLÓN, Roberto C. (2002). Planejamento do Espaço Turístico. Bauru: EDUSC.
- MASI, Domênico (2000). Ócio Criativo. 2a Edição. São Paulo: Sextante.
- BERTRAND, Georges. (1971). Paisagem e Geografia Física Global: esboço metodológico. Cadernos de Ciências da Terra. (13). São Paulo: IGUSP.
- MOLINA, Sergio e RODRIGUES, Sergio. (2001). Planejamento Integral do Turismo: um enfoque para a América Latina. Bauru: EDUSC.
- PORTUGUEZ, A. P., FREITAS, B. OLIVEIRA, H. C. M. (Orgs.). 2014. Turismo Sertanejo: a comunidade, o lugar e os saberes locais. Ituiutaba, Barlavento.
- SEABRA, Giovanni F. (2012). Turismo Sertanejo: estratégias, planos e ações em comunidades. In SEABRA, Giovanni F. (Org.). Comunidades, Natureza e Cultura no Turismo. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB.
- (2007a). Turismo Sertanejo. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB.
- (2007b). Turismo de Base Local: identidade cultural e desenvolvimento regional. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB.
- (2001). O Turismo Sertanejo como alternativa econômica para o Semiárido. In Revista Paraibana de Geografia. João Pessoa, Vo. 3(1):93-105.
- (2000). Ecos do Turismo: o turismo ecológico em áreas protegidas. Campinas: Editora Papirus.
- (1998). Do Garimpo aos Ecos do Turismo: o Parque Nacional da Chapada Diamantina. Tese de Doutorado. São Paulo: FFLCH / USP.
- TRIGO, L. G. (2013). A Viagem: caminho e experiência. São Paulo: Alef.

Turismo, actores e imaginarios: Reflexiones a partir de experiencias de turismo situadas en la zona de amortiguación del Parque Nacional Villarrica y la Reserva Nacional Mocho Choswenko en el sur de Chile¹.

Dra. Marisela Pilquimán Vera²

Centro de Estudios del Desarrollo Local y Regional

Universidad de Los Lagos

Resumen:

Focalizando la reflexión en iniciativas de turismo indígena-rurales, en esta comunicación exploramos en los imaginarios y experiencias en torno al turismo generadas por comunidades y/o familias mapuche y de sus visitantes. Los hallazgos indican que para los actores indígenas el turismo ha trascendido a su rol habitual de agente dinamizador de las economías locales al desenvolverse en un ambiente de reivindicación territorial, cultural y de autonomía. Los visitantes por su parte, aunque mayormente llegan al territorio atraídos por los atractivos naturales presentes en el, manifiestan una predisposición favorable a este tipo de iniciativas, pero matizada por su propia interpretación sobre lo que entienden por autenticidad y el grado de pauperización que presentan los servicios turísticos ofertados por la población local. Explorar en las experiencias de los actores involucrados en este estudio –anfitriones y visitantes– permite identificar aspectos que contribuyen a la construcción de modelos de desarrollo turístico culturalmente pertinentes.

Palabras Claves: Turismo; territorio; experiencias; imaginarios; comunidades mapuche.

¹ Los resultados presentados corresponden a la primera etapa del Proyecto INNOVA 12 NIN-18090 denominado Nodo de Economía Solidaria y Turismo Comunitario financiado por la Corporación de Fomento de la Producción de Chile (CORFO), la Ilustre Municipalidad de Panguipulli y la Universidad Austral de Chile (UACH). Este Proyecto es ejecutado por el Centro de Estudios Ambientales y Desarrollo Humano Sostenible de la UACH y la organización de base local Bosque Modelo de Panguipulli.

² También, investigadora asociada al Centro de Estudios Ambientales y Desarrollo Humano Sostenible de la UACH.

Introducción:

En América Latina en general y en Chile en particular, la diversificación productiva del espacio rural se ha manifestado, también, con el surgimiento de una serie de iniciativas de turismo relacionadas a modalidades no convencionales. Para el viajero actual, sobre todo el urbano, no resulta extraño descubrir en sus desplazamientos por los territorios visitados más de alguna de estas iniciativas que les permiten compenetrarse con formas de vida de sujetos sociales que han descubierto en esta actividad un camino para mitigar las dificultades por las cuales atraviesa el mundo rural.

En la visión de nueva ruralidad el fenómeno turístico en cuanto motor dinamizador de espacios rurales se constituye además en una alternativa de desarrollo para los pueblos indígenas habitantes de esas zonas sustentada en el creciente interés que despierta su cultura en la época actual entre la demanda turística de naturaleza y patrimonio cultural (Pereiro, 2011; Stocker, 2007); sin embargo, para algunos de estos pueblos, la actividad turística ha trascendido a su rol habitual de agente dinamizador de la economía local al desenvolverse en un especial ambiente de reivindicación territorial, cultural y de autonomía, en el caso del pueblo mapuche, fundado en la reducción drástica de su territorio ancestral, los intentos de disolución paulatina de sus rasgos singulares y la sumisión a la arbitrariedad de políticas reduccionistas impulsadas por el Estado de Chile (Sepúlveda, 2007; Duquesnoy, 2011), a lo que ha de sumarse las actuales aspiraciones por parte de estas comunidades de desarrollar planes de vida (Blaser, 2004), destinados a mitigar los efectos perniciosos de las políticas neoliberales y promover sus propias visiones de bienestar, donde el territorio, a más de ser considerado una plataforma para sostener sus prácticas productivas se transforma en un verdadero recurso espiritual, compuesto por realidades no visibles que pueden ser tan o incluso más importantes que otras objetivas (Olivera, 2011).

De especial interés resulta estudiar el caso de comunidades mapuche asentadas en territorios marcados históricamente por la contradicción entre una población chilena en expansión y una población mapuche relegada hacia zonas montañosas de refugio, amenazadas hoy por una fuerte presión derivada de la búsqueda de recursos para sostener el crecimiento económico (Aguirre, 1973; Skewes et al. 2012). En este escenario el turismo se posiciona en el imaginario indígena como una opción para generar renta y empleo, además de una estrategia de conservación del mundo mapuche frente a la presión externa por sus territorios y los recursos que en ellos se ubican. Igualmente, el turismo de baja escala se perfila, desde su punto de vista, como una alternativa para promover formas sustentables de ocupación y uso del territorio.

En esta comunicación exploramos en estos imaginarios y experiencias de comunidades mapuche situadas en la comuna de Panguipulli, sur de Chile, y de sus visitantes, para rescatar aspectos que contribuyan a la construcción de un modelo de desarrollo turístico culturalmente pertinente a las realidades locales que junto a propiciar una reparación histórica de grupos estigmatizados por la sociedad chilena se perfilen como estrategias de vida sustentable en territorios que progresivamente reflejan los efectos de la globalización

Área de estudio:

Las experiencias de turismo analizadas en este estudio se ubican en las localidades de Pocura, Liquiñe, Lago Neltume y Huitag en la comuna de Panguipulli alrededor de los principales atractivos naturales que conforman el destino turístico Siete Lagos, figura caracterizada por la presencia de un complejo hidrográfico importante de ríos y lagos, una extensa red de áreas silvestres protegidas, fuentes de aguas termales y paisajes naturales y rurales de gran valor para el turismo, paulatinamente transformada en un polo de atracción del turismo de envergadura (Tacón et al. 2012) producto de la intensificación y diversificación de las migraciones cíclicas de turistas proveniente mayormente de la Región Metropolitana y Araucanía.

El territorio es dominado desde la perspectiva demográfica por la presencia mapuche. Predomina una población adulta cuya composición no muestra diferencias importantes según sexo. Su distribución por edad presenta una población joven menos numerosa respecto a la adulta consecuencia de las transformaciones ocurridas en el mundo rural que les ha inducido a migrar en busca de oportunidades a las grandes urbes.

Cuadro 1. Antecedentes demográficos y productivos del área de estudio.

| Localidad | Total Población | Total Población Mapuche | Total hombres | Total mujeres | Población de 0 a 14 | Población de 15 a 29 | Población de 30 a 59 | Población de 60 y + | Actividades productivas Principales | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------------|----------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------------|---|---|---|----|
| | | | | | | | | | A | G | S | C | C' |
| Huitag | 177 | 111 | 97 | 80 | 46 | 38 | 62 | 31 | * | - | - | * | - |
| Pocura | 1.134 | 754 | 589 | 545 | 344 | 252 | 382 | 156 | * | - | - | * | * |
| L. Neltume | 535 | 440 | 325 | 210 | 126 | 129 | 196 | 84 | * | - | * | * | - |
| Liquiñe | 1.205 | 301 | 627 | 578 | 422 | 205 | 452 | 126 | - | - | * | * | * |
| Total área de estudio | 3.051 | 1.606 | 1.638 | 1.413 | 938 | 624 | 1.092 | 397 | | | | | |
| Total comuna | 33.273 | 10.231 | 17.059 | 16.214 | 9.425 | 7.644 | 12.016 | 4.188 | | | | | |
| % sobre el total comunal | 9,2 | 15,7 | 9,6 | 8,7 | 10,0 | 8,2 | 9,1 | 9,5 | | | | | |

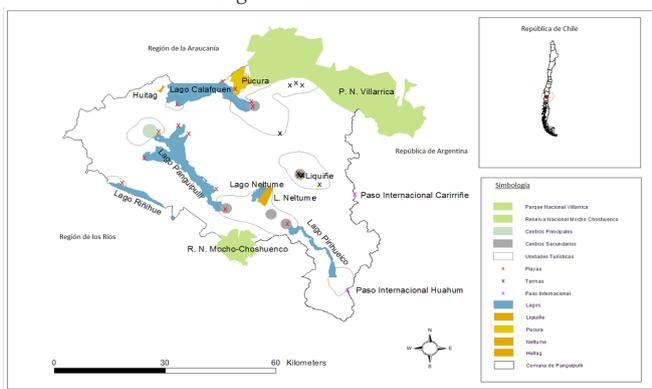
Fuente: Censo de Población y Vivienda 2002. Versión Redatam. Elaboración propia.

*Nomenclatura: A. Agricultura. G. Ganadería. C. Construcción. C'. Comercio minorista. S. Silvicultura.

La población local se dedica principalmente a actividades agrícolas y silvícolas junto a labores ligadas a la construcción y al comercio minorista. Se engarzan además por parte de las comunidades indígenas mapuche un entramado de prácticas productivas tradicionales, entre ellas, recolección de frutos silvestres, hierbas medicinales y elaboración de artesanías en lana y madera, comercializados en época estival, cuando la llegada de visitantes y propietarios de segundas residencias aumenta.

En específico, este estudio comprende emprendimientos menores correspondientes a: una Feria costumbrista a cargo de integrantes de una asociación de agricultores y artesanos, la mayoría de origen mapuche. Esta actividad cuenta con 12 puestos en los que las socias y socios ofrecen diversos productos como gastronomía típica campesina y mapuche, artesanías en lana y madera, tejidos, joyas, productos de belleza orgánicos y plantas medicinales, se ubica junto a la Costanera de Pocura en un predio otorgado en comodato a la Asociación; una Agrupación de turismo ecológico y guías locales compuesta por integrantes de varias comunidades indígenas del sector de Liquiñe y aldeañas que organizan excursiones en torno a la cascada de Liquiñe, constituida en el hito geográfico más destacado del macizo cordillerano; una Comunidad indígena que organiza un evento de navegación ancestral y una feria gastronómica de productos locales ubicada en Lago Neltume; y por último, una Comunidad indígena cuyos integrantes prestan servicios de alojamiento, alimentación y excursiones articulados en torno al humedal de Huitag, ubicado al poniente del lago Calafquen, constituido en un valioso enclave de biodiversidad. Estas experiencias se circunscriben en áreas definidas por la administración local como unidades turísticas o próximas a ellas¹.

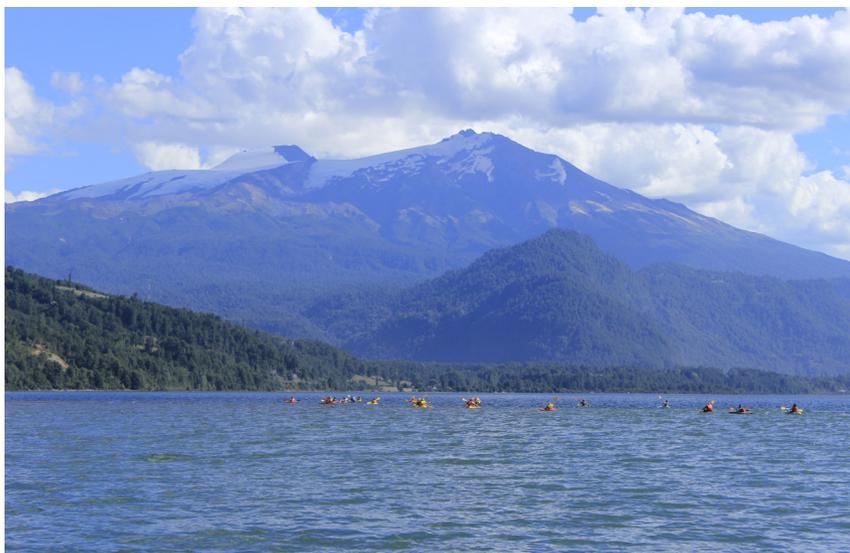
Figura 1. Área de estudio.



Fuente. Elaboración propia.

¹ Según Boullón (1997), las unidades turísticas corresponden a concentraciones menores de equipamiento turístico destinado a explotar intensivamente uno o varios atractivos turísticos.

Fotografía 2: Puesta en valor del patrimonio natural y cultural a través de un evento de navegación por rutas fluviales ancestrales mapuche en Lago Neltume.



Fuente. Pamela Romero Lizama.

Fotografía 2. Elaboración comida tradicional. Fotografía 3. Elaboración artesanías.



Fuente. Pamela Romero Lizama.



Fuente. Paulo Díaz.Rodríguez

Metodología.

Para analizar los imaginarios y experiencias de comunidades mapuche que gestionan servicios turísticos indígena-rurales y de sus visitantes se optó por realizar una investigación de carácter exploratorio y descriptivo. El trabajo de campo se realizó entre 2013 y 2014. Contempló una etapa de prospección realizado en la escala local para identificar los servicios turísticos indígena-rurales como también a sus representantes, antecedentes que permitieron elaborar un catastro con las iniciativas de turismo selec-

cionadas y diseñar la cartografía preliminar. Previo al levantamiento de datos se efectuaron reuniones preliminares para obtener el consentimiento de las comunidades indígenas mapuches y/o familias vinculadas al estudio. Entre las técnicas de recolección de datos se usaron técnicas cualitativas, que permitieron acercarse a la temática investigada a través de testimonios orales recogidos en entrevistas grupales e individuales, sometidas con posterioridad al análisis de contenido. Se analizaron además testimonios recopilados en una serie de encuentros realizados en la escala local en el marco del Proyecto Nodo de Economía Solidaria y Turismo Comunitario, en especial, el denominado Tercer Diálogo de Economía Solidaria y Turismo Comunitario que reunió a distintos representantes de las experiencias estudiadas como también a una pluralidad de actores ligados al sector en distintas escalas.

La perspectiva cualitativa que cimienta este estudio se complementó con la cuantitativa mediante la realización de un estudio sobre la demanda turística con el propósito de recoger opiniones de los usuarios de servicios turísticos indígena-rurales localizados en el área de estudio empleando para ello la técnica de la encuesta. La muestra se conformó de 139 visitantes seleccionados por muestreo aleatorio. El levantamiento de datos se efectuó entre los meses de enero y febrero de 2014.

Cuadro 2. Muestra de visitantes.

| | <i>Universo de estudio</i> | | |
|-------------------------------|---|---------------------------|----------------------|
| <i>Universo</i> | | | 162.343 |
| <i>Error máximo aceptable</i> | | | 7 |
| <i>% Nivel de confianza</i> | | | 90 |
| <i>Tamaño de la muestra</i> | | | 139 |
| | <i>Muestra probabilística estratificada</i> | | |
| <i>Estratos¹</i> | <i>Total visitantes</i> | <i>Fracción constante</i> | <i>Total muestra</i> |
| <i>Coñaripe</i> | 82.383 | 0,0008562 | 71 |
| <i>Liquiñe</i> | 53.306 | 0,0008562 | 46 |
| <i>Neltume</i> | 12.115 | 0,0008562 | 10 |
| <i>Calafquen²</i> | 14.538 | 0,0008562 | 12 |
| <i>Total</i> | 162.343 | | 139 |

*FUENTE. ACTA N° 022 del 13 de mayo de 2010 del Concejo Municipal de Panguipulli.
Encuesta anual de caracterización de la demanda turística de la comuna de Panguipulli, 2010
Elaboración propia.*

1 Determinado por los lugares de permanencia del visitante según datos arrojados por la encuesta anual elaborada por el Departamento de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Panguipulli destinada a determinar las características de la demanda turística.

2 Aunque no aparece explícitamente señalado en la encuesta anual realizada por el Departamento de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Panguipulli se asume que la localidad de Calafquen aparece incluida en la categoría de "otros lugares de permanencia", que reunió al 6,0% de visitantes en 2010.

RESULTADOS.

1 Organización espacial de la actividad turística en la escala local.

Si bien la puesta en valor de los recursos locales en el área precordillerana de influencia lacustre de la comuna de Panguipulli ha favorecido el incremento constante de visitantes con efectos económicos favorables para la población local, la presión ejercida por el turismo masivo ha ocasionado además una serie de impactos sociales y ambientales afectando, en especial, a la población mapuche, planteamiento reflejado en las opiniones transmitidas por las y los representantes de las experiencias analizadas, que, aún cuando reconocen los beneficios económicos seguidos del asiento de actividad turística en el territorio que habitan, también son conscientes de las tensiones y posibles conflictos generados por esta actividad al colonizar y competir por la ocupación y uso de su territorio.

En el caso de la ribera del Lago Calafquén la eficacia colonizadora del turismo se aprecia en dos aspectos, en primer lugar, la eclosión de proyectos inmobiliarios en terrenos vendidos o entregados en comodato a particulares y/o emprendedores foráneos; y en segundo lugar, el uso recreativo intensivo de las playas en desmedro de las posibilidades de su ocupación por parte de la población mapuche. De hecho, la mayoría de las y los visitantes que llegan a esta localidad lo hacen atraídos principalmente por las aguas continentales¹ en tanto elemento central para practicar actividades recreativas al aire libre en esta zona.

Respecto a las zonas de montaña, los usos recreativos vinculados a la puesta en valor de las áreas que conforman el Sistema de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (Parque Nacional Villarrica y la Reserva Nacional Mocho- Choswenko) son realizados mayormente por operadores turísticos exógenos, situación criticada al interior de las comunidades aledañas. Panorama complejo, si consideramos la actual voluntad estatal de implementar planes de desarrollo turístico que contemplan licitaciones de áreas circunscritas a estas figuras, territorios que desde el imaginario del pueblo mapuche corresponden a su dominios ancestrales, por tanto, forman parte de sus reivindicaciones (véase Aylwin, 2008).

Por otra parte, las presiones desmedidas derivadas tanto de la intensificación de la actividad económica como de la creciente concentración poblacional estacional en los núcleos urbanos, en especial, de Coñaripe y Licán Ray (Guerra y Skewes, 2014), se reflejan en la generación de residuos y ruidos; el aumento del número de vehículos terrestres y recreativos fluviales, etc., externalidades ambientales negativas testimonio del carácter más bien

¹ Los resultados obtenidos en el área de estudio acerca de la demanda indican que los tres principales motivos para visitar la localidad de Coñaripe en época estival son en primer lugar, las playas (28,2%), en segundo lugar, las aguas termales (16,9%) y en tercer lugar, el disfrute de la naturaleza (15,5%).

inorgánico antes que planificado asumido por la actividad turística en el área de estudio; mientras en su trasfondo revela nuevas formas de ocupación y explotación de las que en su tiempo correspondieron a las áreas de refugio¹ de la población mapuche mediante el surgimiento espontáneo de diversas actividades productivas, entre ellas, el turismo.

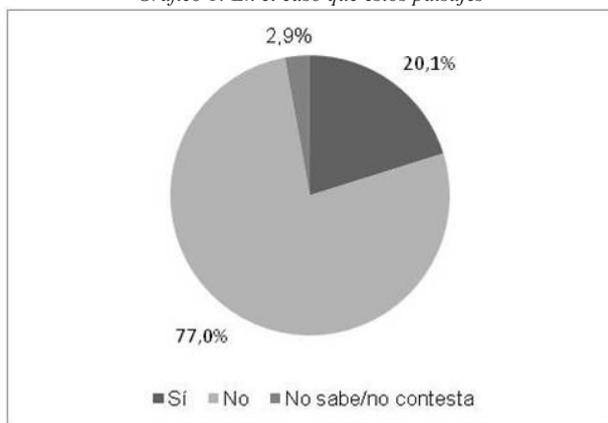
2 **Apreciaciones locales sobre el desarrollo de la actividad turística.**

De la reflexión realizada por parte de los representantes de las experiencias estudiadas se siguen dos diagnósticos o interpretaciones acerca del turismo. La primera se asocia a la visión dominante del mismo en cuanto motor dinamizador del espacio rural integrado en un sistema enraizado en intereses económicos al servicio de actividades globales. Desde su punto de vista, la nueva ruralidad se asocia a “monocultivos” forestales, agricultura de exportación e incluso turismo y a ellos se resisten, pues los obliga, por una parte, a abandonar sus actividades productivas tradicionales y, por la otra, a homogeneizar sus espacios. El proceso de ruptura con la noción de desarrollo visto desde la perspectiva occidental o “winka”, como lo denominan, es evidente, y en el caso concreto del turismo con el modelo de la gran industria, porque a su juicio fomenta la colonización de sus espacios, el individualismo, la concentración de la propiedad y el desplazamiento de la población local hacia otros territorios.

Como una respuesta a esta tendencia surge en sus relatos una segunda interpretación del turismo que gravita en torno a planes de vida vinculados al “küme mogen” (buen vivir mapuche) donde el turismo de baja escala, en especial, el relacionado al turismo comunitario se presenta como una alternativa de afirmación identitaria frente al Estado y al sistema turístico convencional, asociándolo no sólo a una forma de organizar la actividad turística (Pereiro, 2011) sino también a una estrategia de supervivencia y resistencia para enfrentar a los intereses de grandes conglomerados económicos que amenazan su cultura y territorio. Un claro ejemplo lo constituye la comunidad indígena emplazada en Lago Neltume, que realiza un evento de anual navegación ancestral de carácter intercultural para difundir aspectos de su cosmovisión relacionados a las aguas continentales y masas forestales, como también su resistencia a proyectos hidroeléctricos de empresas transnacionales en la zona que afectan directamente a su patrimonio natural y cultural y, específicamente, al desarrollo de sus proyectos turísticos. Se refuerza esta conclusión en el estudio realizado sobre la demanda turística, cuyos resultados indican que la posible alteración o modificación de los paisajes locales provocaría una disminución en el número de llegadas de visitantes (gráfico 1), pues, justamente el paisaje y los diferentes elementos que lo componen son el principal atributo del territorio que motiva los desplazamientos hacia esta localidad.

¹ Según Skewes, et al (2012), todo el sector precordillerano de la Comuna de Panguipulli podría denominarse históricamente como un “área de refugio” a la que han accedido las comunidades mapuche de la zona. Estas áreas hasta fines del siglo XIX permanecieron relativamente independientes del control chileno ejercido a través de la llamada “Pacificación de la Araucanía” (1861-1892).

Gráfico 1: En el caso que estos paisajes



Fuente: Informe de Resultados del Estudio de la Demanda, 2014.

Elaboración propia.

3 Actores e interpretaciones sobre el turismo comunitario.

Para los integrantes de las comunidades locales vincularse a la actividad turística a través del turismo comunitario ha resultado particularmente atractivo, porque aparte de constituirse en una posible fuente generadora de ingresos complementarios y en una estrategia para divulgar sus principales reivindicaciones se ha transformado en una alternativa para reconstruir su memoria e identidad, dañada por los procesos de asimilación cultural, también en un medio para hacer soberanía en sus espacios recuperados e igualmente en un camino para difundir los problemas ambientales que les afectan. Sin embargo, esta positiva visión se ve amenazada, pues en los relatos analizados se detectan ciertas inquietudes acerca de los posibles efectos perniciosos de las políticas públicas reguladoras del sector que los instan a cambiar ciertas prácticas productivas tradicionales para atender a la demanda turística. Para las y los visitantes en cambio, si bien la mayoría desconoce la noción de turismo comunitario, asociándolo preferentemente a “comunidad y/o asociación de personas organizadas en torno al turismo¹”; y aunque, muchos de ellos y ellas llegan al territorio atraídos por sus atractivos naturales² manifiestan su motivación favorable por este tipo de iniciativas vinculadas a la cultura mapuche; sin embargo, al vivenciar estas experiencias detectan algunas deficiencias asociadas, por una parte, a su idealización sobre lo que entienden por auténtico que responde a un catálogo previo de

1 Han sido múltiples las interpretaciones realizadas por las y los encuestados sobre el turismo comunitario; sin embargo, las nociones de “comunidad organizada” y “asociación de personas”, fueron las más recurrentes.

2 Los resultados obtenidos en el área de estudio acerca de la demanda indican que los tres principales motivos para visitarla en época estival son en primer lugar, disfrutar la naturaleza (39,9%), en segundo lugar, las playas (14,4%) y en tercer lugar, las aguas termales (13,7%).

características mediante las cuales definen a la población mapuche, y por otra parte, al grado de pauperización que presentan los propios servicios turísticos indígena-rurales. En este último aspecto influye la incorporación de las comunidades indígenas al proceso de desarrollo turístico sin considerar, por parte de las instituciones públicas y/o organizaciones no gubernamentales que apoyan dicho proceso, las múltiples barreras que previamente deben enfrentar atendidas las características sociales, económicas y culturales del pueblo mapuche¹. No obstante, a estas debilidades las y los visitantes continúan manifestando su entusiasmo favorable por este tipo de iniciativas y un gran porcentaje declara que volvería a visitarlas².

Conclusiones.

El deseo de experimentar “interacciones auténticas” (MacCannell, citado por Gobbi, 2003), por parte de las y los visitantes durante las cuales puedan acceder a ver la vida cotidiana de las comunidades mapuche no significa transformarlas en aldeas paradisíacas, en el sentido de convertir en un espectáculo su cultura para satisfacer las tendencias de grupos sociales demandantes de nuevas modalidades de turismo distintas o complementarias a las convencionales, sino de hacer visibles modos de vida de comunidades tradicionales para divulgar cómo su vinculación con la naturaleza, ha posibilitado conservar la biodiversidad local mediante la puesta en valor de ciertas prácticas culturales ligadas a los usos y conocimientos tradicionales del territorio.

Para ello se plantea, desde los relatos alternativos: retomar prácticas culturales pérdidas o simplemente postergadas producto de los procesos de asimilación a la sociedad dominante; fortalecer el sentido comunitario entre los integrantes de las comunidades mapuche para mitigar los efectos de las políticas neoliberales que han dañado prácticas asociativas tradicionales y, en consecuencia, facilitar la creación de redes de turismo entre comunidades dispersas por la geografía comunal; y fomentar la horizontalidad entre los distintos actores que interactúan en el territorio con intereses diversificados y, en algunos casos, hasta conflictivos. Las y los visitantes en cambio muestran su entusiasmo por este tipo de iniciativas y declaran que volvería a visitarlas, además, para mitigar las deficiencias detectadas realizan una serie de recomendaciones que varían desde el mejoramiento de aspectos relacionados a la propia iniciativa de turismo, la ampliación de la oferta de actividades relacionadas con la naturaleza y cultura, el mejoramiento del equipamiento y cuidado del entorno hasta la intensificación de los esfuerzos publicitarios para darlas a conocer.

1 Véase comunicación intitulada: “Turismo comunitario como estrategia de supervivencia y resistencia de comunidades mapuche en el sur de Chile”, presentada en el VIII Congreso Internacional de Geografía de América Latina, celebrado en la Universidad Complutense de Madrid en 2014.

2 Según los resultados obtenidos en el estudio de la demanda el 97,8% de las y los encuestados volverían a visitar estas iniciativas de turismo.

En definitiva, para avanzar en una propuesta en la cual el turismo trascienda a una simple estrategia de localización espontánea de nuevos procesos productivos en el espacio rural nos parece adecuado fortalecer los esfuerzos realizados por parte de estas comunidades en una propuesta de turismo que contribuya a mantener vigente el conocimiento del territorio, la sabiduría y la tradición mapuche situación que implica previamente la comprensión profunda entre la pluralidad de actores relacionados al turismo sobre cuáles han sido los acontecimientos históricos que han moldeado su realidad, pues sólo a partir del manejo de este conocimiento se podrán diseñar estrategias turísticas que responda de manera más efectiva a las necesidades que emanan desde las propias comunidades.

Nota: La autora de esta comunicación desea agradecer a los integrantes de las comunidades indígenas Juan Caripán, Juan Chañapi; Ramon Chincolef y Emilio Epuñanco, todas comunidades mapuche ancestrales como también a las comunidades indígenas Inalafken; Cacique Llancapán y a la Asociación de pequeños agricultores y artesanos de Pucura por sus valiosos aportes para realizar este estudio.

Bibliografía.

AGUIRRE, G. (1973). Regiones de Refugio: El Desarrollo de la Comunidad Y El Proceso Dominical en Mestizo América, Instituto Indigenista Interamericano.

AYLWIN, J. (2008). ¿De quién es el Parque Nacional Villarrica?, en: La Nación. Chile.

BLASER, M.(2004). "Life Projects: Indigenous Peoples Agency and Development", in:

BLASER, M, FEIT, H and MCRAE, G (eds). In the Way of Development: Indigenous Peoples, Life Projects and Globalization. London & New York: Zed Books, 28-44.

BOULLON, R. (1997). Planificación del espacio turístico. México, Trillas.

DUQUESNOY, M. (2012). "La tragedia de la utopía de los Mapuche de Chile: reivindicaciones territoriales en los tiempos del neoliberalismo aplicado", en: Revista Paz y Conflictos, 5, 20-43.

GOBBI, J. (2003). "Turismo y autenticidad: hacia una propuesta relacional para el estudio de la interacción entre nativos y turistas en las comunidades locales". III Encuentro de Turismo Cultural-NayA. El turismo: espacio de diálogo intercultural. Buenos Aires.

GUERRA, D. & SKEWES, J. C. (2014). "Informe de evaluación de servicios turísticos indígena-rurales del Nodo de Turismo Comunitario de la zona de amortiguación del Parque Nacional Villarrica y Reserva Nacional Mocho Choswenko". Centro de Estudios Ambientales y Desarrollo Humano Sostenible de la Universidad Austral de Chile.

OLIVERA, A (2011). "Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios", en: Cuadernos de Turismo, n° 27, 663-677.

PEREIRO, X. (2011). "El turismo como patrimonio cultural imaginario: Reflexiones a partir del caso del turismo kuna", en: Turismo y Patrimonio, 5, 13-25.

SKEWES, J. C., SOLARI, M., GUERRA, D. & JALABERT, D. (2012). "Los paisajes del agua: naturaleza e identidad en la cuenca del río Valdivia", en: Chungara, Revista de Antropología Chilena, 44, n° 2, 299-312.

SEPULVEDA, B. (2007). El turismo mapuche en la encrucijada de la globalización y de las reivindicaciones territoriales, en: Dans E. Díaz et E. Masferrer (ed.) "V Coloquio Internacional de Religión y Sociedad". Universidad de Sevilla, España.

STOCKER, K. (2007). “Identity as Work: Changing Job Opportunities and Indigenous Identity in the Transition to a Tourist Economy”, in: *Anthropology of Work Review*, 28,2, 18-22.

TACÓN, A., MOREY, F. & SEPULVEDA, C. (2012). *Guía de las áreas protegidas de la Región de Los Ríos, Chile, Valdivia*, WWF.

Desarrollo sostenible del turismo, una mirada desde la sostenibilidad sociocultural en el Noroeste Argentino

¹Bárbara Catalano

Resumen

El patrimonio sociocultural y natural es un componente esencial de la motivación inicial de un visitante en relación al deseo de visitar un destino turístico determinado. Además, la forma de vida, costumbres y celebraciones que se desarrollan en la población de una región suelen estar íntimamente vinculados con el atractivo turístico. Sin embargo, en ocasiones sucede que el impacto que genera la afluencia de visitantes puede degradar las actividades cotidianas de las comunidades anfitrionas que en el inicio habían conformado el atractivo principal del destino.

En este trabajo se expone cómo la actividad del turismo afecta a las comunidades nativas en la zona del Noroeste Argentino, especialmente en Tilcara y Purmamarca, localidades pertenecientes a la Quebrada de Humahuaca. Luego se vincula ese impacto con las concepciones de sostenibilidad y en particular con la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras. Este estudio se sustenta, no solo en fundamentos teóricos y datos cuantitativos sino también se apoya en un trabajo empírico que refleja las percepciones de los pobladores en relación a sus celebraciones y festividades internas y a la presencia de los turistas en el lugar.

Palabras claves: turismo, patrimonio, sostenibilidad, cultural, Noroeste Argentino

¹ Bárbara Catalano es Lic. en Turismo (USAL), Diplomada en Turismo Sostenible (UNCP) y Mg en Procesos de integración regional y Mercosur (UBA)

Hallazgos

El crecimiento del turismo en esta región de la Argentina, tuvo un impacto positivo en el desarrollo de la región y en la revalorización de ciertos aspectos culturales. A su vez, los beneficios obtenidos por medio de esta transformación se evidenciaron en mejoras en la calidad de vida de la población local.¹ Sin embargo, son menos conocidos los perjuicios que ocasiona una expansión desordenada e ilimitada del turismo, especialmente a partir del turismo masivo.

Hubo iniciativas por parte de la administración pública tendientes a la conservación del patrimonio material². Sin embargo, los criterios de planificación y de gestión no consideraron, de una manera adecuada, los vínculos identitarios, simbólicos y de pertenencia que conforman el arraigo y las relaciones o la afinidad que une una determinada sociedad, especialmente la población local.

La patrimonialización significó una revalorización de la cultura en ciertos aspectos e hizo revivir y sensibilizar a la población local sobre la importancia de esta cultura que tiene un origen muy lejano.

El turismo puede ser considerado como una oportunidad que poseen algunos países de economías débiles para avanzar al desarrollo, si es que se consideran paralelamente mecanismos tendientes a apaciguar los impactos negativos que éste puede provocar tanto en el medio ambiente, como en los hábitos y costumbres de las poblaciones receptoras desde un aspecto socio-cultural.

Metodología

Se utilizó el método documental y estadístico para esbozar un primer diagnóstico y luego se profundizó sobre áreas de interés específicas. Se llevó a cabo un análisis de datos cuantitativo relacionados al incremento del turismo en la región del Noroeste Argentino con énfasis en las localidades de Tilcara y Purmamarca. (Llegadas de turistas, establecimientos hoteleros y plazas, años 2002-2010)

Se realizó un estudio de campo basado en encuestas a dueños de establecimientos hoteleros de Tilcara y Purmamarca y encuestas semi-estructuradas a informantes clave (autoridades de turismo de la región)

1 El aumento de las inversiones, la construcción de hoteles y de viviendas provocó una reactivación de la actividad económica nunca antes vista en este sitio y por consiguiente el bienestar social de la población local mejoró notablemente reflejándose en el incremento del empleo, los ingresos de la población local.

2 Como se ha evidenciado en el mantenimiento de ciertas estructuras arquitectónicas, fachadas y materiales de construcción.

Luego se sistematizaron los datos recolectados y se efectuó una comparación de los resultados obtenidos en Tilcara y en Purmamarca.

Finalmente se esbozaron conclusiones basadas en el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas y en la lectura de los documentos sobre la sostenibilidad y conservación del patrimonio intangible.

Breve descripción sobre el NOA y la Quebrada de Humahuaca

Antes de ahondar sobre los efectos del turismo en esta zona es necesario contextualizar la investigación describiendo sucintamente la zona objeto de estudio, porque ello además permite comprender el porqué de la selección de este lugar para el estudio de caso.

La zona de la Quebrada de Humahuaca situada en la región Noroeste Argentino (NOA) se caracteriza por ser un sitio que ofrece un paisaje natural y un patrimonio cultural de gran atractivo. Allí se respira paz, se disfruta de la naturaleza en su más pura expresión y se percibe la mixtura de culturas que reflejan los resabios de los tiempos prehispánicos, la influencia de los incas y los rastros de la conquista española.¹

Las formas de vida tradicional del hombre argentino se sustenta, en parte, por el pasado cultural de la población indígena, la incorporación de la cultura hispana, por las tradiciones múltiples - producto del aluvión de inmigrantes de finales del siglo XIX y principios del XX - y en la actualidad se le añadió el componente innato que caracteriza al mundo de la globalización. Ésta última apreciación propia de la era de la posmodernidad tiende a generar una mundialización de los valores lo que provoca un mayor afán por la reafirmación de un entorno cultural que los unifica y mediante el cual se los reconoce. (Forgione; 2003).

De este modo, la región del NOA comprende un abanico de destinos turísticos muy particular y con un componente cultural, que lo diferencia del resto de las zonas del país. Por lo tanto, para poder cuantificar las variaciones de los flujos del turismo en esta zona es preciso tomar algunos datos cuantitativos que permiten observar algunas variables que son relevantes para medir el desarrollo turístico.

Con respecto a la distribución regional de las pernотaciones en 2011, la región norte participó con el 8,5 % del total de las pernотaciones en el país, lo que corresponde a un total de 4.015.206 pernотaciones en el año, (**CUADRO 1**). La principal participación

¹ El NOA tiene muy poco en común con el resto de la Argentina y ello también es una razón para constituirlo un lugar turístico atractivo, principalmente mediante las percepciones que se extraen a través del exotismo.

en el total de pernотaciones corresponde a la ciudad de Buenos Aires que concentra el mayor porcentaje (25%).¹ Si bien la región del norte no se caracteriza por estar dentro de los principales destinos, esta distribución geográfica equitativa nos indica que ocupa una porción relevante de la totalidad de pernотaciones.

CUADRO 1. Pernотaciones según región

| | Total pernотaciones | Participación del total en % |
|---------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Buenos Aires ² | 7.935.819 | 16,8 |
| CABA | 12.085.562 | 25,6 |
| Centro | 6.311.572 | 13,4 |
| Cuyo | 4.303.412 | 9,1 |
| Litoral | 5.386.984 | 11,4 |
| Norte | 4.015.206 | 8,5 |
| Patagonia | 7.123.194 | 15,1 |
| TOTAL | 47.161.749 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del Anuario Estadístico 2011 del Ministerio de Turismo de la República Argentina.

Siguiendo el análisis sobre los datos relacionados al turismo en la región y acercándonos más aún a la zona de estudio podemos observar que en la provincia de Jujuy hubo un aumento progresivo y constante del turismo desde el 2003 en adelante, principalmente evidenciado por la cantidad de llegadas de turistas a la provincia.

CUADRO 2. Llegadas de turistas a la provincia de Jujuy

| Año | Establecimientos hoteleros | var % | Plazas | var % |
|-------------|-----------------------------------|--------------|---------------|--------------|
| 2003 | 49 | | 1097 | |
| 2004 | 49 | 0 | 1097 | 0 |
| 2005 | 59 | 20 | 1461 | 33 |
| 2006 | 67 | 14 | 1601 | 10 |
| 2007 | 92 | 37 | 2121 | 32 |
| 2008 | 97 | 5 | 2124 | 0 |
| 2009 | 129 | 33 | 2718 | 28 |
| 2010 | 136 | 5 | 2894 | 6 |
| 2011 | 155 | 14 | 3237 | 12 |
| 2012 | 160 | 3 | 3548 | 10 |

Fuente: Observatorio Turístico de la Provincia de Jujuy

¹ Es importante destacar que luego de Buenos Aires el resto de las regiones tienen una participación relativamente similar, que ronda entre el 8,5% y el 16,8%. Esto significa que el afluente de turistas, dentro de los límites geográficos, se encuentra distribuido bastante equitativamente, salvando claro, el caso de la ciudad de Buenos Aires.

² Nota: Región Buenos Aires: provincia de Buenos Aires, Región Ciudad de Buenos Aires: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Región Centro: provincia de Córdoba, Región Cuyo: provincias de La Rioja, Mendoza, San Juan y San Luis, Región Litoral: provincias de Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Santa Fe, Chaco y Formosa, Región Norte: provincias de Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero, Salta y Jujuy, Región Patagonia: provincias de La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego

Este incremento del flujo de turistas a la provincia de Jujuy se tradujo también en un incremento del ingreso de turistas a la zona de la Quebrada de Humahuaca dado que ésta constituye uno de los principales destinos visitados en la zona del Noroeste Argentino. Según la encuesta sobre el perfil del visitante realizada por el Observatorio Turístico de la Provincia de Jujuy, en el año 2012 el 89 % de los turistas que arribaron a la provincia de Jujuy visitaron la Quebrada de Humahuaca lo que hace de la zona de la Quebrada¹ uno de los principales atractivos de la región.

A su vez, ese incremento del turismo en la zona de la Quebrada de Humahuaca se vio reflejado en el aumento constante de la cantidad de establecimientos hoteleros y consecuentemente de las plazas ofrecidas por los albergues del lugar, como se observa en los datos volcados en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Establecimientos hoteleros² y plazas. Año 2003 – 2012. Quebrada de Humahuaca

| Año | Llegadas | Var % |
|------------|-----------------|--------------|
| 2002 | 271.473 | |
| 2003 | 324.540 | 20 |
| 2004 | 345.881 | 7 |
| 2005 | 356.303 | 3 |
| 2006 | 372.766 | 5 |
| 2007 | 410.524 | 10 |
| 2008 | 425.201 | 4 |
| 2009 | 457.428 | 8 |
| 2010 | 592.242 | 29 |
| 2011 | 685.566 | 16 |
| 2012 | 740.411 | 8 |

Fuente: Elaboración propia en base a los datos suministrados por el Observatorio Turístico de la Provincia de Jujuy.

Según Claudia Troncoso en su estudio sobre la Quebrada de Humahuaca, las transformaciones provocadas por el crecimiento del turismo en la zona se constataron de forma más marcada en Tilcara y en Purmamarca. Según la autora, Tilcara es la localidad donde más emprendimientos turísticos se realizaron en los últimos años, y si bien Purmamarca no cuenta con la capacidad de alojamiento de Tilcara ni el aumento en términos absolutos de la cantidad de establecimientos turísticos, es la que registra el mayor aumento relativo. Es fundamental-

¹ Es necesario mencionar que la llegada de turistas a la Quebrada de Humahuaca presenta variaciones según los meses en los cuales se cuantifican las llegadas dado que hay una mayor afluencia de turistas en determinadas fechas festivas como por ejemplo el Enero Tilcareño, el encuentro de copleros en febrero en Purmamarca, el Carnaval, la peregrinación hacia el santuario de la Virgen de Punta Corral en Semana Santa o bien durante las celebraciones con motivo del culto a la Pachamama.

² Establecimientos hoteleros incluye: hotel, hostería, cabaña, residencia y otros.

mente por este motivo que se seleccionaron estas dos localidades como estudios de caso al analizar la sostenibilidad sociocultural del turismo en la Quebrada de Humahuaca.

En el desarrollo de esta investigación es importante destacar el momento en el que La Quebrada de Humahuaca fue declarada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y las transformaciones económico-sociales que se produjeron luego de ese acontecimiento clave.

La justificación de la selección en la cual la zona fue galardonada con el reconocimiento de la UNESCO se basa principalmente en tres tipos de atributos: el ambiente natural, el patrimonio tangible y el patrimonio intangible. En relación al ambiente natural se destacó la geología, la geomorfología, el clima, las rutas naturales, los pasos de montaña, entre otros. Luego, el patrimonio tangible se caracterizó por la arquitectura religiosa, civil ferroviaria, las viviendas rurales y los molinos, todo ello concebido como un espacio en tránsito en distintos momentos históricos. Y, finalmente, el patrimonio intangible se asoció a la lengua quechua, la narrativa oral y folklórica, la copleada, la religiosidad de origen prehispánico y católico, instrumentos y estilos musicales, artesanías, vestimentas, prácticas textiles y producción alfarera. (Troncoso; 2012; 100).

De este modo, la nueva condición de la Quebrada como “Patrimonio” aumentó la visibilidad del lugar y reforzó la construcción de la atractividad marcando un camino hacia la valorización económica, cultural y simbólica. A partir de la declaración como patrimonio se le otorgó una característica específica al lugar que lo hizo más competitivo por el hecho de que atrajo a una gran cantidad de inversiones y ciertamente a más turistas.

Es necesario destacar que a partir de ese hecho hubo una serie de normas y legislación tendientes a la preservación y conservación de los aspectos arquitectónico y cultural como se evidencia en la sanción de la ley de Paisaje protegido y en el decreto para la concientización sobre la importancia de la protección del patrimonio. Sin embargo, a pesar de los intentos tendientes a la conservación del lugar en su estado natural la Quebrada sufrió transformaciones propias de los procesos de valorización patrimonial y producto también del efecto económico que el incremento del turismo provocó en la región.

Patrimonio de la humanidad y turismo

Como se mencionó en el apartado anterior, la declaración como Patrimonio de la Humanidad a la Quebrada de Humahuaca jugó un papel importante en el aumento del turismo y en la revalorización de la cultura del lugar y es por este motivo que se analizan principalmente algunas perspectivas sobre el patrimonio y particularmente la relación de éste con el turismo.

El patrimonio puede ser interpretado de diversas maneras que dependen del tiempo y de la cultura en la cual se encuentre inmerso. Por eso mismo resulta muy difícil encasillar la

descripción de patrimonio en parámetros fijos dado que los significados pueden cambiar a través del tiempo y del espacio.

Es cierto que si hablamos de patrimonio nos remitimos hacia algún vestigio de acontecimientos históricos. Sin embargo, no hay una argumentación lineal que permita relacionar directamente al patrimonio con el estudio del pasado. En un sentido, el patrimonio se relaciona a las formas en las que ciertos elementos materiales, mitologías, tradiciones fueron seleccionados y convertidos en recursos en la actualidad y según las exigencias del presente. Según Graham, el valor atribuido a los sitios se sustenta más en el conjunto de valores y demandas contemporáneas que en su mérito intrínseco (Graham, 2002).

Dentro de los diversos usos y denominaciones que se le da al patrimonio, el turismo se encuentra íntimamente ligado hacia los sitios patrimoniales. En este sentido, en lo que se refiere al objeto de estudio de este trabajo, la declaración como Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada de Humahuaca significó un hito clave en el incremento de la actividad turística en la zona.

Al patrimonio se le puede dar un uso económico, cultural y hasta ambos. En lo que se refiere al turismo, el patrimonio es uno de los recursos más importantes del turismo internacional. Más allá de todas las segmentaciones que existen en la actividad turística y sobre todo en relación a los distintos tipos de mercados, el patrimonio, ya sea material como inmaterial constituye uno de los mayores atractivos que activan el deseo de los potenciales viajeros a visitar los sitios en donde estos se encuentran o visitar directamente la zona declarada patrimonio.

La relación entre patrimonio y turismo es de una gran profundidad. Es una relación de retroalimentación y dependencia mutua dado que por un lado el patrimonio puede ser considerado como parte de un recurso turístico y por otro un lugar turístico puede tornarse atractivo producto de la patrimonialización del área o de un sitio específico. A su vez, el turismo es una potencial fuente de recursos económicos indispensables para garantizar la protección y preservación de un patrimonio. (Almirón; 2006: 102)

Pero esta relación de retroalimentación entre turismo y patrimonio facilita la presencia de conflictos suscitados entre diferentes sectores: en especial se puede mencionar la pérdida de identificación de algunos sectores de la población local con aquellos elementos legitimados como patrimonio una vez que son valorizados y transformados al consumo turístico. Por esa razón surge el interrogante sobre si el turismo del tipo patrimonial no constituye una imposición y que si por esto mismo se produce una afectación hacia la población local.

Por otro lado, el turismo es un recurso económico para las sociedades receptoras y ello nos remite a plantear nuevamente la disyuntiva entre turismo, patrimonio, sostenibilidad y consumo. En este sentido, cabe la consideración del patrimonio como una revalorización de la cultura y al mismo tiempo es preciso observar el proceso de mercantilización de la cultura (Margulis, 2009), como parte de las diversas utilidades y valorizaciones que se le otorga a la cultura en la actualidad.

Estas concepciones nos llevan a reflexionar sobre las contradicciones constantes que existen entre consumo, cultura y turismo. Una de ellas se desprende de la aceptación de que la lógica económica del turismo termina creando un proceso (como es este caso de la patrimonialización) y que tomando justificaciones de tipo identitarias y culturales se propone como expresión del interés común sin tener en cuenta los intereses de las personas que habitan el lugar.

Ante esta contradicción cabría preguntarse si verdaderamente la utilización de la patrimonialización como promoción turística termina degradando el lugar y si existe un límite posible que permita evitar esta degradación e impacto negativo en el sitio objeto de estudio.

Es cierto que la sobrecarga de turistas en un sitio puede degradar la cultura y afectar a las costumbres y tradiciones locales. Pero también mejora los niveles de vida de las poblaciones locales a través del aumento del empleo, de ingresos, atrayendo inversiones y mejorando la infraestructura de la zona. Entonces, nos encontramos ante un juego constante de pros y contras entre la patrimonialización, revalorización, promoción, aumento de turistas, degradación del ambiente; pero a su vez, de mejoras de las condiciones de vida y de la reactivación regional a través del efecto multiplicador del turismo.

El crecimiento del turismo y la sostenibilidad

Antes de profundizar sobre el efecto concreto que el turismo tuvo en las localidades seleccionadas es necesario conocer los principios de sostenibilidad en los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico. En este sentido la Organización Mundial del Turismo (OMT) categorizó en tres grandes ramas la implicancia de la sostenibilidad del turismo en el largo plazo.

Por un lado, el turismo sostenible debería dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

En segundo lugar, se deberá respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

Finalmente, el turismo sostenible debe asegurar que las actividades económicas sean viables a largo plazo y debe generar beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas.

Este estudio profundiza sobre los efectos del turismo en la segunda categoría en la que la OMT caracterizó a la sostenibilidad. Pero evaluar la sostenibilidad sociocultural del turismo no resulta una tarea simple dado que para ello es necesario determinar no solamente las cantidades de turistas que arriban a una región en relación a la población local sino también ciertas características cualitativas que parten principalmente de la percepción de los habitantes sobre la actividad del turismo y, a su vez, de la aceptación de ciertas conductas que no se rigen con los patrones locales¹.

En la región que es objeto de estudio una de las ramas predominantes de la actividad turística es el turismo cultural y por ello resulta imprescindible profundizar sobre las transformaciones que el turismo genera no solamente en los espacios físicos sino también en el impacto sobre los hábitos y comportamientos de las sociedades que habitan los centros receptores de turistas. Desde el punto de vista de la sostenibilidad del desarrollo humano de las comunidades receptoras, el turismo suscita una dialéctica en la que se enfrentan la identidad y la globalización (Hernández; 2005). Y este enfrentamiento parte de las consecuencias inevitables que la modernización trajo y que interfiere en la conservación de los rasgos identitarios y las manifestaciones culturales. Un ejemplo concreto de ello son los rituales de ofrenda a la Pachamama y los cambios de hábitos por parte de la población anfitriona en otras celebraciones típicas de la zona de la Quebrada.

Antes de explicar en qué forma estos rituales se vieron modificados es necesario adentrarnos en lo que estas ceremonias significan para la población local.

La Pachamama es una divinidad privilegiada en la región de los Andes y todos los 1° de agosto se realiza una ceremonia en su homenaje, que antecede a cualquiera de las actividades cotidianas de los lugareños (Forgione; 2001)

La celebración de la Pachamama sufrió algunas modificaciones producto de la gran afluencia de turistas en la región y ello se manifiesta principalmente en que en los últimos años esta ceremonia comenzó a hacerse pública. Originariamente es una celebración

¹ A su vez, otro de los factores que se deben analizar para determinar el grado de sostenibilidad sociocultural son los niveles de conflictividad en las épocas de temporada alta, los niveles de instrucción de los trabajadores de la actividad turística y el grado de participación en actividades culturales. En relación a este último indicador, el objetivo principal es determinar el grado el interés y apego de la población local a sus costumbres, tradiciones y manifestaciones propias. (Rivas García; 2007)

íntima, que se da dentro de las familias y que engloba un conjunto de ritos, misticismo y tradiciones de la población nativa. De esta manera, al incrementarse el ingreso de turistas a la región de la Quebrada de Humahuaca se produjo un cambio sustancial en el normal desenvolvimiento de las comunidades locales en relación a la práctica de estas celebraciones propias de su cultura.

Otros de los cambios provocados por el turismo en la región se evidencian en la celebración del Carnaval. Según el estudio de Troncoso, en particular en el capítulo que desarrolla la estetización de la Quebrada, el Carnaval de Maimará se volvió muy popular, y se desvirtuó el sentido propio del Carnaval. Por el contrario, el Carnaval de Purmamarca aún conserva su autenticidad. En este caso la afluencia del turismo está provocando de la misma manera que con la Pachamama una desvirtuación de la cultura provocada por la llegada de gente ajena a la comunidad y con intensiones de participar en estas fiestas que no le son propias.

Otra de las formas en las que se observa una afectación del turismo en estos aspectos culturales es en relación a la rutina laboral en la que algunos de los empleados de las hosterías y hoteles de las zonas están inmersos. Ya sea en Purmamarca como en Tilcara hubo un incremento de la cantidad de establecimientos hoteleros para poder satisfacer la demanda creciente que se venía gestando desde 2002 en adelante. Es cierto que este crecimiento del turismo provocó cierto desarrollo producto del incremento de puestos de trabajo, mayores salarios y mejores condiciones de vida para la población local. Sin embargo, existe un pequeño segmento de todo este abanico de efectos colaterales que se evidencia en los trabajadores de los establecimientos hoteleros. En algunas ocasiones los empleados de los hoteles tienen que renunciar a participar de los ritos tradicionales dado que deben cumplir con cierto horario de trabajo y éste resulta inamovible. Así, luego de elaborar la cadena de efectos que el turismo provoca se puede percibir que uno de sus efectos es el cambio de hábitos de los pobladores locales al tener que renunciar a una actividad que antes era primordial en su vida por el conjunto de valores y símbolos que ello representan en sus vidas.

Estudio de casos: Purmamarca y Tilcara

Las localidades de Purmamarca y Tilcara son generalmente los sitios más visitados por las personas que llegan al lugar por motivos turísticos. Para lograr un análisis indicativo del efecto que generó el incremento del turismo en la zona de la Quebrada de Humahuaca se realizaron entrevistas a personas que habitan el lugar y que tienen un contacto fluido con los turistas como son los recepcionistas y dueños de los hoteles y hosterías de ambas localidades. A su vez, se realizaron entrevistas a informantes clave como autoridades de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Jujuy y los directores de turismo de los municipios correspondientes.

Los relatos de las entrevistas, permiten ahondar sobre la modificación de los hábitos y costumbres de la población local producto del arribo de turistas, sobre todo en temporada alta. A su vez, se intenta indagar sobre el efecto en la población local de las prácticas de las celebraciones y tradiciones compartidas con los turistas. Finalmente, se extrae una opinión sobre el hecho concreto de la Declaración como Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada de Humahuaca y la relación de ese hecho con la preservación y cuidado del lugar.

En relación a la primera pregunta, gran parte de los entrevistados coincidió en que sí se han modificado los hábitos y costumbres de la población local pero que ello no es parte sólo del turismo sino también de la globalización. Además se observó una diferencia sustancial entre Tilcara y Purmamarca en relación a la preservación de las culturas y tradiciones típicas.

En el caso de Purmamarca, las respuestas de los entrevistados varían según su perspectiva sobre lo que significa una afectación a los hábitos y costumbres de la población local. Así, algunas personas manifestaron que el incremento del turismo en la localidad afectó la vestimenta de los niños, la tranquilidad que caracterizaba al pueblo antes de la intensa afluencia del turismo y el nivel paisajístico (por el aumento de establecimientos hoteleros, restaurantes y locales).

Por otra parte, algunos entrevistados mencionaron que el efecto se ha visto principalmente en el nivel de desarrollo de la localidad dado que a partir del 2002 la zona experimentó mayores y nuevas fuentes de trabajo.

Por el contrario, sólo algunas personas dijeron que no hubo una afectación producto de la llegada de turistas a la zona.

En relación a Tilcara, los entrevistados coincidieron relativamente con los entrevistados en Purmamarca, pero hubo mayor referencia al efecto de la masividad del turismo y su impacto en la contaminación y en el uso del agua potable como un recurso escaso¹. Por otra parte, hubo una minoría de entrevistados que manifestaron que no consideraban que hubiese un cambio en los usos y costumbres de la población local y otros expresaron una posición dual en relación al efecto que el turismo provoca.

¹ Uno de los aspectos a resaltar en relación al turismo y su impacto en una zona determinada es la utilización desmedida de ciertos recursos. Los recursos son utilizados, a veces por los turistas y a veces por la población local. En este sentido, el turismo trae ciertos problemas con la utilización de estos recursos ya sea por el uso excesivo o bien porque hay una falta de mantenimiento o inversión para lograr una mejora de la disponibilidad de esos recursos. Un ejemplo destacado es el caso del agua, cuyo uso por los turistas es de seis a diez veces mayor que por la población local, creando problemas en las regiones con escasez de agua. (Briassoulis, 2002: 1075). Este problema se ha manifestado recurrentemente en las entrevistas realizadas a la gente que habita el lugar.

Según la encuesta realizada a una informante clave perteneciente a la Secretaría de Turismo de la Provincia de Jujuy hubo un impacto considerable, producto de la gran afluencia del turismo en los últimos años, y ello se manifiesta en que las personas se tienen que trasladar hacia otros espacios para poder concretar sus celebraciones con tranquilidad.

En relación al segundo interrogante se pregunta si consideran que el hecho de que los turistas participen de las celebraciones locales puede provocar algún impacto en la población local. En este caso hay una diferencia sustancial en relación a Tilcara y a Purmamarca. En Purmamarca, en relación a la celebración de la Pachamama, por ejemplo, se realiza una ceremonia exclusiva para los turistas. Mientras que también desarrollan el rito en familia, íntimamente, sin incorporación de gente que no es del lugar. Por el contrario, en Tilcara, dada la mayor masividad del turismo, los turistas participan de cualquier festividad. Es cierto que las mismas familias son las que deciden abrir sus puertas y compartir con ellos la celebración, sin embargo, este hecho no es bien visto por algunos de los lugareños, mientras que para otros no lo ven como algo malo sino como parte del proceso de apertura cultural que existe en la población local.

Finalmente, la tercera pregunta indaga sobre si consideran que el incremento del turismo luego de la Declaración como Patrimonio de la Humanidad de toda la región estuvo acompañado por medidas tendientes a la preservación del lugar.

Es cierto que el término preservación comprende distintos aspectos a evaluar, tales como la preservación de la naturaleza, del paisaje, de la cultura, del cuidado del medio ambiente. De modo que las respuestas a la misma pregunta variaron considerablemente según las percepciones que cada entrevistado haya adquirido a lo largo de estos últimos diez años desde que se declaró como Patrimonio de la Humanidad a la zona de la Quebrada.

En general, hubo una coincidencia casi unánime en que la preservación del lugar es un tema pendiente importante en la región. Algunos mencionaron el hecho de que se utilizó a la patrimonialización como un negocio, para atraer turistas y a la vez no preservó el lugar. También mencionaron que en los últimos años creció la contaminación de la zona.

Por otra parte, algunos entrevistados expresaron que hubo ciertas estrategias por parte del gobierno, pero que ellas surgieron mucho después de la gran afluencia del turismo, por lo que consideran que estas iniciativas no fueron provisorias, dado que en muchas ocasiones ya había construcciones realizadas. Entre las medidas para la preservación del lugar muchos nombraron la legislación vigente sobre el mantenimiento de las fachadas y sobre la utilización de determinados materiales en las nuevas construcciones, lo que incidió en el mantenimiento del aspecto edilicio típico de la zona.

A su vez, otro grupo de entrevistados distinguió entre la iniciativa pública y la privada. Según una opinión consensuada, no hubo estrategias por parte del gobierno que tiendan al cuidado y a la preparación de las localidades quebradeñas para recibir un mayor caudal de turistas. Por el contrario, se valorizaron ciertas iniciativas por parte de los dueños de los hoteles y hosterías del lugar.

Una de las cuestiones a considerar es que, si bien no era parte de la pregunta, muchos mencionaron los problemas estructurales que padecen algunas localidades en relación a la sobrecarga del turismo. Entre ellos se refirieron, en primer lugar, al conflicto que trae aparejado las falencias en cuanto al abastecimiento del agua potable, de energía eléctrica, la sobrecarga de las plantas de tratamiento de residuos cloacales, la falta de planeamiento urbano y la carencia de infraestructura para atender emergencias médicas.

Finalmente, algunos de los informantes clave indicaron que si bien hubo algunas medidas por parte del gobierno tendientes a la preservación, éstas se implementaron relativamente tarde o bien no fueron suficientes para atender el gran flujo de turistas que llegó a la región desde la Declaración comp Patrimonio de la Humanidad hasta la actualidad.

Conclusión

El turismo es una disciplina de gran alcance temático y que puede ser estudiado desde diversas disciplinas y perspectivas. En este trabajo se pretendió analizar al turismo desde el enfoque de la sostenibilidad sociocultural en un espacio geográfico turístico determinado. El sitio escogido para el análisis fue el Noroeste Argentino, en particular la región de la Quebrada de Humahuaca y se llevó a cabo un estudio de caso en las localidades de Purmamarca y Tilcara.

Al analizar la sostenibilidad de la actividad turística desde el aspecto sociocultural surgen diversos interrogantes en relación a las contradicciones que el entramado del círculo turístico revela al enfrentarse con la conservación del lugar y el cuidado del medio ambiente. En muchas ocasiones resulta muy difícil congeniar el crecimiento económico y el desarrollo con la sostenibilidad. La Quebrada de Humahuaca fue seleccionada como uno de los sitios declarados como Patrimonio de la Humanidad para su conservación y para lograr una revalorización de la cultura, que en este lugar en particular constituye uno de los recursos inmateriales esenciales. Sin embargo, habría que analizar con mayor rigurosidad si el incremento del turismo, que surgió a partir de la declaración como patrimonio de la Quebrada, no repercutió en las comunidades locales en cuanto a la conservación de sus tradiciones y del patrimonio inmaterial. La zona de la Quebrada de Humahuaca alberga con intensidad un patrimonio inmaterial de tipo histórico, lingüístico y espiritual y todo ello implica un valor agregado al valor natural que ya posee por sus características geomorfológicas, su relieve, su vegetación y su fauna. Sin embargo, en los últimos años no se observaron medidas tendientes a la preservación de

este patrimonio inmaterial, y, dada la fragilidad de este tipo de recursos, es probable que el conjunto del patrimonio cultural vaya perdiendo sustancia en el tiempo pudiendo correr el riesgo de que ciertos aspectos culturales queden degradados a largo plazo.

Es cierto que hubo iniciativas por parte de la administración pública tendientes a la conservación del patrimonio material, como se evidenció en el mantenimiento de ciertas estructuras arquitectónicas, fachadas y materiales de construcción. Sin embargo, los criterios de planificación y de gestión no consideraron de una manera adecuada a los vínculos identitarios, simbólicos y de pertenencia que conforman el arraigo y las relaciones o la afinidad que une una determinada sociedad, especialmente la población local, con los espacios naturales, incluso cuando el patrimonio inmaterial fue decisivo para la designación de la UNESCO.

Por otra parte, es necesario mencionar que el crecimiento del turismo en la región significó niveles de desarrollo considerable en la población local. Es preciso recordar que la provincia de Jujuy es una de las provincias más pobres de la Argentina y en la zona de la Quebrada en particular existían condiciones de precariedad, en distintos ámbitos tales como la salud, la vivienda, el trabajo.

En este sentido, el incremento del turismo en la región y su efecto multiplicador, junto con el aumento de las inversiones, la construcción de hoteles y de viviendas, provocaron una reactivación de la actividad económica nunca antes vista en este sitio y por consiguiente el bienestar social mejoró, hubo un incremento del empleo, aumentaron los ingresos de la población local y se le dió un impulso a la infraestructura de determinados destinos.

En otro orden, no el turismo específicamente, pero sí la patrimonialización significó una revalorización de la cultura en ciertos aspectos e hizo revivir y sensibilizar a la población local sobre la importancia de esta cultura que tiene un origen muy lejano que se remonta a 10.000 años de historia. En el contexto actual de la revalorización de lo aborigen, lo colla es valorizado positivamente desde afuera, y también desde adentro, por quienes en algún momento se vieron denostados por su condición de aborigen. (Troncoso; 2012)

Desde una visión más generalista y global, es posible considerar al turismo como una oportunidad que poseen algunos países de economías débiles para avanzar hacia el desarrollo, si es que se consideran paralelamente mecanismos tendientes a apaciguar los impactos negativos que éste puede provocar, tanto en el medio ambiente, como en los hábitos y costumbres de las poblaciones receptoras desde un aspecto socio-cultural.

Siguiendo esta línea de pensamiento, y con un sesgo más optimista el turismo podría encontrarse entre las mejores y más viables estrategias de desarrollo, siempre que se tenga

una base económica mínima para sustentarlo y se oferte con un enfoque estratégico de mercadotecnia turística responsable, aplicando un control consciente sobre los cambios deseados, con participación y beneficio de la población autóctona y de los clientes. (Ayala Castro; 2003:76)

Finalmente, es importante destacar el crecimiento del turismo en esta región de la Argentina dado que, en términos generales, tuvo un impacto positivo en el desarrollo de la región y en la revalorización de ciertos aspectos culturales. A su vez, los beneficios obtenidos por medio de esta transformación se tradujeron en mejoras en la calidad de vida de la población local, sin embargo, son menos conocidos los perjuicios que ocasiona una expansión desordenada e ilimitada del turismo, especialmente a partir del turismo masivo.

A modo de conclusión, todo proceso de desarrollo del turismo se asocia a fuertes impactos económicos, socioculturales y ambientales, producto de los efectos que provoca el traslado de los turistas, su modo de actuar y la satisfacción de sus necesidades en los destinos receptores. Por esto mismo es necesario considerar con mayor profundidad las movilidades y transformaciones que este fenómeno provoca en las sociedades anfitrionas y la relación cambiante de éstas con sus costumbres y hábitos tradicionales, dado que estas comunidades conforman el principal elemento del patrimonio inmaterial que poseen los destinos que comprenden la oferta turística de la región Norte de Argentina y en particular la Quebrada de Humahuaca.

Bibliografía

Almirón, A.; Bertoncello, R. y Troncoso, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estud. perspect. tur.* vol.15, n.2, pp. 101-124.

Ayala C. (2003) Contradicciones entre turismo, economía y ecología. *Revista: Economía y Desarrollo*, No. 2 / Vol. 133 / Jul.-Dic.

Bertoncello, R. (2006) Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. En publicación: *América Latina: cidade, campo e turismo*. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica

Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, San Pablo.

Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the question of the commons, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 4, pp. 1065–1085,

Cater, E. (1995) Environmental Contradictions in Sustainable Tourism, *The Geographical Journal*, Vol. 161, No. 1 pp. 21-28, The Royal Geographical Society (with Institute of British Geographers).

Cecconi, S. (2011). Turismo, fetichización y exotización, en Margulis, M.; Urresti, M.; Lewin, H. / *Las tramas del presente: desde la perspectiva de la sociología de la cultura*. - 1a ed. - Buenos Aires : Biblos., 250 p. - (Sociedad) ISBN: 978-950-786-873-3

Cordero Ulate, A. (2006) Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo. CLACSO, Bs As.

Forgione, C. A. (2001). Claves de la cultura tradicional argentina. Volumen III b, Noroeste, Universidad Libros, Buenos Aires.

Graham, B. (2002). Heritage as Knowledge: Capital or Culture?. *Urban Studies (Routledge)*, 39(5/6), 1003-1017. doi:10.1080/00420980220128426

Hernandez, J. B. (2005). Patrimonio cultural y turismo sostenible en el espacio iberoamericano: retos y oportunidades del presente. *Diálogos, DHI/PPH/UEM*, v. 9, n.1, p. 11-21.

Margulis, M. (2009) *Sociología de la cultura: conceptos y problemas*. 1a ed. Bs. As. Biblos,
Muller, F. G. (2000). Ecotourism: an economic concept for ecological sustainable tourism. *International Journal Of Environmental Studies*, 57(3), 241.

Noceti, I. M. (2012). Transformaciones recientes en el paisaje urbano del pueblo de Tilcara. *Revista Electrónica DU&P. Diseño Urbano y Paisaje Volumen IX N° 23*, Santiago de Chile.

Rivas García, J. y Magadán Díaz, M. (2007) Los Indicadores de Sostenibilidad en el Turismo. Escuela Universitaria de Turismo de Asturias, Universidad de Oviedo, en REVISTA DE ECONOMÍA, SOCIEDAD, TURISMO Y MEDIO AMBIENTE- RESTMA Nº 6,

Salazar, N. B. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. Tabula Rasa, julio-diciembre, 99-128.

Sousa, A. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos. (Spanish). Política Y Sociedad, 42(1), 57-84.

Troncoso, C. A. (2010) Patrimonio, turismo y lugar: selecciones, actores y lecturas en torno a la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina) como patrimonio de la Humanidad. Cuadernos de Turismo.

United Nations Environment Programme and World Tourism Organization (2012), Tourism in the Green Economy – Background Report, UNWTO, Madrid

El turismo de bienestar como estrategia de desarrollo sostenible en zonas periféricas de la región Bogotá – Cundinamarca

Vladimir Camacho

Omar Duarte

Sonia Duarte

Resumen

El turismo de salud que a su vez se divide en médico y bienestar tiene una gran incidencia en la economía del mundo. En Colombia el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, atento a las potencialidades del país, ha desarrollado un estudio, para el que contrató, en el año 2012 la firma Tourism & Leisure, que muestra cómo han sido las estrategias para que un territorio se convierta en eje clave para el desarrollo y ha retomado como ejemplo a quienes se perfilan líderes en el mundo; Tailandia, Singapur, Alemania e India, (Programa Transformación Productiva, 2013, p. 24).

Allí se demuestra cómo Colombia es reconocida a nivel regional como destino para realizar tratamientos, médicos, encontrándose que para el año 2011 se incrementó el número de turistas con este propósito en un 30% con relación al año 2010 (2013, p. 35), para potenciar el aprovechamiento de esta tendencia se propuso elaborar un plan de negocios que permita fortalecer el turismo de bienestar con una prospectiva al año 2032, el resultado presentado en el año 2013 especifica 32 acciones prioritarias y 11 proyectos de turismo de bienestar a desarrollar de forma prioritaria (2013, p. 76 - 79).

El estudio en mención no incluye a La Región Bogotá – Cundinamarca, a pesar de que es líder en competitividad en el país (2013, p. 79), y que posee cifras importantes en turismo de negocios, ecoturismo, gastronómico, religioso y aventura; con atractivos naturales para el desarrollo del turismo de bienestar. (2012, p. 37- 40).

Es por ello que este proyecto busca identificar en la Región Bogotá - Cundinamarca las alternativas de turismo de bienestar que no son visibles para el público y que pueden ser potencializadas.

Se apoya en la revisión de fuentes secundarias extraídas de la política pública y de estudios realizados por entidades públicas y privadas complementadas con trabajo de campo con el fin de identificar alternativas presentes en la región y que no han sido referenciadas en ningún estudio.

El objetivo principal es conocer las alternativas de desarrollo del turismo de bienestar no visible en la Región Bogotá - Cundinamarca, se plantean como objetivos específicos los siguientes: Ubicar en el mapa de la región las alternativas de turismo de bienestar desconocidas por el público y por las autoridades turísticas; caracterizar las alternativas de turismo de bienestar identificadas y localizadas en cuanto a infraestructura, prácticas ancestrales de las comunidades; Clasificar las alternativas de turismo de bienestar; de acuerdo a los saberes ancestrales, encontrados en la Región Bogotá – Cundinamarca, con el fin de diseñar nuevos productos turísticos por zonas.

El marco teórico está ubicado dentro de la teoría del desarrollo económico regional y local, y principalmente en el pensamiento de Schumpeter quien argumenta que “lo importante son las innovaciones radicales, aquellas capaces de provocar cambios revolucionarios” (1978, p. 72.), complementado con “El objetivo fundamental de la Organización Mundial del Turismo (OMT) será la promoción y desarrollo del turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional” (Organización Mundial del Turismo, (2013, p.1).

La innovación del proyecto se fundamenta en los siguientes resultados esperados:

- *Ubicar en el mapa de la región las alternativas turísticas de bienestar no visibles logrando actualizar el inventario turístico.*
- *Caracterizar las alternativas de turismo de bienestar reconociendo y recuperando los conocimientos ancestrales, e infraestructura existente entre otros.*
- *Dividir la región por zonas a partir de las alternativas de turismo de bienestar encontradas.*
- *Actualización de espacios académicos del área disciplinar de los programas.*
- *Fortalecer la línea de investigación del programa con productos y resultados.*

Se vincularan estudiantes de los programas de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera y profesional en Administración Turística y Hotelera mediante trabajos de grado y semilleros de investigación.

Palabras clave: Turismo de Bienestar, Desarrollo, sostenibilidad, regiones periféricas, Región Bogotá – Cundinamarca.

Marco teórico

El marco teórico del presente proyecto de investigación centra su atención en estudiar los diferentes enfoques de la teorías del desarrollo local con el fin de comprender la importancia que tiene para la Región Bogotá – Cundinamarca, hacer visible sus potencialidades turísticas no visibilizadas que articuladas con los saberes ancestrales le permitirá mejorar el crecimiento y desarrollo resaltando como ejes fundamentales la innovación radical, y el turismo como motor de desarrollo regional.

Las teorías del desarrollo regional y local aparecen a mediados de la década de los años setenta y principios de los ochenta, definiéndose según Blanco (2003) como “Un conjunto de dinámicas políticas, institucionales, económicas y sociales que persiguen de manera coordinada el logro de propósitos comunes de bienestar, convivencia y calidad de vida para todos los grupos sociales que se encuentran en un territorio o localidad determinada” (p. 28).

Pensar que las Regiones deben ser el motor de desarrollo de los países, parece ser contradictorio para el mundo actual en donde las barreras económicas y de otra índole empiezan a desaparecer para dar paso a la globalización considerada hoy por hoy como el vehículo hacia el desarrollo económico y social de los países y de las regiones, pero es precisamente este protagonismo e importancia que tiene la globalización, que diversos autores la señalan como responsable de las grandes desigualdades económicas y sociales entre países industrializados y en vías de desarrollo. (Balbo, Jordán & Simioni, 2003, p. 11).

Surge la urgente necesidad de estudiar el desarrollo económico impulsado por las regiones, entendida está según Ramírez & Parra (2011) como “el espacio delimitado territorialmente donde se toman decisiones económicas, sociales y culturales que propenden por el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes”. (p. 139).

Para (Krugman, 1991) el nuevo orden económico mundial permite pensar en una nueva “geografía económica”, ya no de países sino de regiones conformada por los países o territorios dentro de estos, que se organizan para lograr una cooperación que les permita beneficios mutuos (este es el caso de la Región Bogotá - Cundinamarca), siguiendo al autor una de las grandes preocupaciones de esta nueva geografía económica radica en explicar por qué se presenta un desarrollo desigual en las regiones de un mismo país (de acuerdo a cifras consultadas la Región Bogotá - Cundinamarca es la de mayor competitividad en Colombia debido a su cercanía a los mercados y al desarrollo de su infraestructura); esta localización geográfica según el Banco Mundial, 2009, (p. 30) es determinante para el nivel de desarrollo que se puede alcanzar debido a que los lugares próximos a los grandes mercados prosperan antes que los más distantes, al generarse sinergias que permiten la concentración de las diferentes actividades económicas en estos lugares por tales razones se presenta el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del lugar.

En este orden de ideas se puede presentar un crecimiento económico “desequilibrado”, entre países o al interior de un mismo país de tal manera que se debe incentivar la integración económica entre los lugares avanzados y rezagados, la mejor manera de conseguir esta integración es abrir las puertas a las fuerzas de mercado de la aglomeración, la migración y permitir que las regiones se especialicen. (p. 20).

Para entender de mejor manera esta desigualdad entre regiones, diferentes teóricos, que han estudiado el tema concluyen que existen variables externas e internas que afectan o estimulan este crecimiento, a continuación revisaremos aquellas teorías que contribuyen a la fundamentación de la presente investigación.

Según (Hermansen, 1974, p. 59), plantea en su teoría que el proceso de desarrollo económico de una región está determinado por cuatro factores relacionados con aspectos económicos, culturales, sociales, político-administrativo. En su disertación hace énfasis en que en aquellas regiones donde la riqueza cultural es importante tendrá un efecto dinamizador en la economía, especialmente si se tienen en cuenta las creencias, el desarrollo del sector educativo, la actitud de las personas y adicionalmente plantea que aquellas regiones donde las necesidades básicas de las personas estén satisfechas se verá reflejado en un mejor desempeño expresado en indicadores de desarrollo importantes.

Por su parte Hirschman (citado por Salguero, 2006) considera que “las medidas para desarrollar un país deben ser analizadas caso por caso mediante la explotación de los recursos de la región para conseguir los mejores resultados” (p. 5). Para este autor son importantes las fuerzas naturales que permiten que el desarrollo económico de una región pueda impulsar de manera natural el desarrollo de otras con mayor atraso, también centra su análisis en explicar cómo el desarrollo de las regiones ricas está dado por “las ventajas competitivas en recursos humanos y a la fuerte atracción que poseen las actividades económicas de las regiones ricas”, (p. 5), es decir, el buen uso y aprovechamiento de los recursos productivos que la región posee.

Por su parte (Borja 2001), plantea la importancia de la asociatividad entre ciudades y regiones, ya que esto permite el crecimiento económico y avances significativos debido a la unión de sinergias que puede facilitar un complemento donde el beneficio es mutuo, la anterior afirmación es reforzada por (Sassen, 2007), quien sostiene que las ciudades región, son territorios fuertemente urbanizados y con un alto potencial en sus áreas rurales. Por su parte Weber, (citado por Duch 2008) da una gran importancia a la ubicación geográfica de las industrias como factor fundamental de desarrollo de la región, en este sentido entiende industria como aquellas actividades presentes en cualquiera de los sectores económicos (se puede aplicar al turismo), y manifiesta en su teoría que en la medida que

exista una ubicación geográfica regional privilegiada para la consecución de insumos; fácil acceso a los recursos naturales y cercanía al mercado será un factor determinante para el desarrollo de la región.

En concordancia a lo anterior Krugman (1998), menciona en su teoría del desarrollo de las regiones que, “la cercanía de los actores (oferentes y demandantes), promueve el desarrollo dado que en el centro en su generalidad, los pobladores tienen mayor poder adquisitivo dado que están adscritos a procesos industriales maduros que les permite demandar bienes y servicios”. Se concluye entonces, que una oferta de turismo de bienestar en la región Bogotá - Cundinamarca, permitirá la distribución de la riqueza y el desarrollo homogéneo de la región por medio de paquetes turísticos con innovación, apoyados en los saberes ancestrales como diferenciador. Por un lado la innovación como causa del desarrollo (nuevas propuestas en turismo de bienestar en la Región Bogotá-Cundinamarca se pueden considerar como innovadoras para la región de estudio e incluso para el país) y el empresario innovador como propiciador de los procesos de innovación (en este caso se puede identificar a los actores del sector de Turismo en la región principalmente a las Pymes).

Para Shumpeter es importante la generación de cambios “Radicales” capaces de provocar cambios revolucionarios, que permitan transformaciones decisivas en la sociedad y la economía, por tal motivo entiende la innovación radical como:

“La introducción de nuevos bienes de consumo en el mercado, el surgimiento de un nuevo método de producción y de transporte, consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas, cambio en la organización de cualquier organización o en su proceso de gestión”.

Para Schumpeter, (citado por Montoya 2004), el empresario innovador es aquella persona que tiene “capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción; es decir, la persona (cualquiera, con negocio o sin negocio) que sea capaz de generar y gestionar innovaciones radicales dentro de las organizaciones o fuera de ellas” (p. 211). Según el autor, “la gente solo adquiere el carácter de empresario cuando genera o introduce innovaciones radicales y pierde tal carácter tan pronto como su innovación se masifica, se vuelve rutinaria, es decir, tan pronto como “pasa de moda”. Se deduce, entonces, que para poseer el carácter permanente de empresario, debe ser un innovador constante y permanente”. (p. 212).

Complementando la importancia de la innovación radical para el desarrollo económico de las regiones (Chan & Maubourgne, 2012 p.14), propone lo que llama “innovación en valor”, que consiste en crear nuevos mercados a partir de los ya existentes en donde

la diferenciación se prefiera a los bajos costos, de esta forma la competencia pasa a un segundo plano, según el autor la innovación con valor se da cuando las empresas crean elementos que la industria nunca había creado, este es el caso de la articulación entre los saberes culturales y las potencialidades no visibilizadas por la región con relación al turismo en salud.

Hay que considerar las implicaciones al territorio al desarrollo como lo menciona Asuad E. (2012) “La formación y funcionamiento del territorio económico es consecuencia de la interacción del espacio económico y el espacio natural y del espacio económico con el territorio económico construido” lo cual determina la distribución y las necesidades de los habitante que constituyen en centro y la periferia es fuente potencial de productos que se requieren.

Como complemento a las teorías del desarrollo regional el presente proyecto de investigación apoya también su marco teórico en el turismo como motor de desarrollo de las regiones, en este orden de ideas la OMT, ha realizado en coordinación con diversas entidades, estudios que demuestran que efectivamente existe una directa relación entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico de las regiones, el turismo es especialmente importante para países y regiones en vías de desarrollo porque entre otras razones genera ingresos para la región, se desarrolla y potencializa la cultura, la música, el arte, los escenarios naturales, generando empleo y valor agregado; de la mano del turismo se pueden desarrollar e involucrar otras actividades económicas, crea oportunidades para las pymes de la región, el turismo genera la necesidad de mejorar la infraestructura vial que permita su operación y de paso beneficie a la población anfitriona.

En cuanto a otras investigaciones, se puede revisar a Vaquero & Hernández, (2009), quienes afirman cómo las prácticas culturales se sostienen y difunden a través del turismo (p. 48).

Por su parte Argüera (2013), muestra a través de su estudio, cómo en clave de lo comunitario, se puede avanzar en el desarrollo de las regiones, a su vez generando un intercambio de conocimientos entre comunidades pobladoras y turistas, promoviendo desde allí dos situaciones fundamentales para el sector; la sostenibilidad ambiental y el desarrollo regional.

En el mismo sentido, Wallingre (2011), desarrolla un estudio cuya hipótesis afirma que el turismo es una actividad que contribuye al desarrollo local de municipios pequeños. (p. 235), teniendo en cuenta la relación; actividad tradicional, producción del municipio, actividad turística. En una de sus conclusiones se afirma que el producto termal debe ser acompañado de la implementación de otros recursos (p. 257). Para éste proyecto, dichos recursos se enmarcan en los saberes ancestrales de las comunidades de la región.

Bulatovik (2012), resalta en su investigación, la importancia de el involucramiento de los pobladores en el desarrollo del turismo, especialmente en sectores rurales, permitiendo así un gran desarrollo social de los habitantes del territorio.

La importancia de que las regiones sean autónomas en la consecución del desarrollo y que sea el turismo la herramienta para implementar dicha autonomía, es el punto de partida del estudio realizado por Alul, (2006), en Chile, en donde se resalta el papel del territorio y sus recursos aunado a las comunidades como eje central del progreso.

Objetivos

Conocer el potencial del turismo de bienestar en las zonas periféricas de la región Bogotá – Cundinamarca, con el fin de formular estrategia de desarrollo sostenible.

Objetivos específicos

- Evidenciar las oportunidades que posee la región Bogotá - Cundinamarca especialmente en aquellos municipios y veredas en situación de aislamiento, marginación y con potencial para el desarrollo del turismo de bienestar.
- Conocer el potencial turístico de estos municipios y veredas en cuanto a los recursos naturales (clima, territorio, variedad de frutas y plantas, termales) y los saberes ancestrales de las comunidades.
- Identificar las actividades relacionadas con turismo de bienestar que traerían beneficios directos con la activa participación de las comunidades.

Metodología

El enfoque de la investigación es mixto, ya que emplea un proceso de recolección y análisis de la información desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa para responder la pregunta problema de investigación.

El alcance es descriptivo, teniendo como referente a Sampieri, quien afirma que se busca especificar las propiedades, características, y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, en este caso se busca describir el perfil de los habitantes de la Región Bogotá – Cundinamarca, con el fin de conocer sus prácticas enmarcadas en lo que se abordará como “saberes ancestrales”, y así determinar de qué manera esto beneficia el turismo en la región,

dicha descripción, tendrá lugar una vez se hayan abordado las propiedades territoriales. Otro de los alcances del proyecto es el explicativo, ya que, siguiendo al autor, se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (2010, p. 85), de esta manera se dará cuenta de si las comunidades de la región desean participar en el proyecto, ya que, teniendo claro que no se empleará la metodología Investigación Acción Participativa, si se consultará a la comunidad sobre sus intereses en cuanto al manejo que se haga de su territorio.

Teniendo en cuenta, como se ha venido mencionando, que la región posee diversidad en flora, fauna, clima, saberes de la comunidad, y termales, se planea realizar un levantamiento que permita describir las características de estos elementos y los nuevos que puedan surgir y aun se desconozcan en el reconocimiento del territorio, tales como tipo de visitantes y sus intereses, temporadas de visitas., etc.

Otro de los alcances del proyecto será el explicativo, ya que, siguiendo al autor, se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (2010, p. 85), de esta manera se dará cuenta de si las comunidades de la región desean participar en el proyecto, ya que, teniendo claro que no se empleará la metodología Investigación Acción Participativa, si se consultará a la comunidad sobre sus intereses en cuanto al manejo que se haga de su territorio.

En el contexto metodológico se hace importante lo aquí expuesto, ya que siguiendo la trayectoria del turismo de bienestar en los países líderes, se entiende el papel preponderante de las comunidades para alcanzar las metas propuestas.

El proceso de investigación, metodológicamente, se realizará de la siguiente manera:

Fuentes secundarias

Con el apoyo del semillero de investigación, se realizará un inventario de la oferta actual y reconocida de turismo de bienestar (termales y spa) en los municipios de la región, mediante la consulta de libros, (revisión documental, archivo), estudios realizados por entidades públicas, Gremios, Ministerio, relacionados con el turismo.

Esta metodología, -revisión de archivo-, es utilizada en investigaciones que requieren acudir a documentos en busca de información escrita sobre determinada realidad. En este caso se empleará en búsqueda de datos compilados en referencia a las características turísticas de la región, de sus pobladores, con el fin de identificar aspectos que permitan relacionarse con: los conocimientos que los habitantes desean compartir e información sobre el territorio, que haya sido desarrollada por entidades públicas.

De esta manera se busca determinar los vacíos en la información en cuanto al potencial turístico de la región

Fuentes primarias

Una vez organizado y estructurado lo obtenido en la revisión anterior se determinarán cuáles son los vacíos en información que se cubrirá con el trabajo de campo, etnografía. De acuerdo a las necesidades se definirán y diseñarán los instrumentos de recolección de información a aplicar (encuestas, grupo focal, entrevistas, observación).

Cronograma y desarrollo de trabajo de campo: se distribuirán las visitas de trabajo de acuerdo al número de provincias en que está organizada la región.

Tabulación y análisis de la información obtenida teniendo en cuenta la pertinencia de la misma.

Este estudio permitiría, desde un abordaje etnográfico, generar un estado del arte sobre la situación del subsector en la región, estudio que responderá a los primeros dos objetivos específicos y permitirá abordar elementos del tercero.

Tratamiento de la información

Se consolidará la información obtenida, tanto de fuentes secundarias como de fuentes primarias donde se destaque la caracterización, ubicación de las alternativas de turismo de bienestar no ofertadas en la actualidad en la región.

Es así como se dará alcance a los objetivos enunciados, desde una perspectiva cualitativa – cuantitativa, evidenciando el carácter mixto de la investigación, las muestras poblacionales y territoriales serán de corte sistemático, en donde, de acuerdo a Lerma, se seleccionarán habitantes casa cierta cantidad, escogiendo los primeros aleatoriamente.

Resultados

La región cuenta con recursos físicos y ambientales para promover actividades turísticas (60 termales y aguas propicias para terapias curativas y preventivas). Además, se muestra que la población posee conocimientos sobre prácticas de bienestar (rituales y gastronomía). La comunidad podría compartir sus saberes con los visitantes. Así, se podría implementar un turismo basado en actividades de bienestar.

Igualmente, se constata que las autoridades no dan prioridad a esta zona porque su potencial es desconocido.

Conclusiones

La revisión documental, permitió evidenciar que, efectivamente la región Bogotá – Cundinamarca, es rica en recursos, que son clave, en la implementación del turismo de bienestar; un primer acercamiento dejó entrever los siguientes: cuatro pozos de aguas termales, cuatrocientos seis centros termales, variedad de fuentes de aguas medicinales diseminadas en la región, riqueza de flores y de frutas que pueden servir al desarrollo cosmetológico para utilizarlos en tratamientos de SPA, con conocimientos ancestrales (técnicas indígenas, uso de productos naturales en el tratamiento de spa y con propiedades curativas,) que articulados a las aguas termales y spa de aguas manantiales pueden convertirse en valores agregados propicios para el desarrollo del turismo de bienestar pero que no son conocidos por las autoridades turísticas y por tanto no se han potencializado. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012). Estos recursos, son vistos por el sector en general, como factores que determinan el crecimiento.

Las comunidades que habitan la región, son diversas; sus costumbres, tradiciones, orígenes, (DANE, 2010) hacen que, uno de los factores fundamentales para el desarrollo del turismo de bienestar, como el conocimiento ancestral o saberes propios, genere, no solamente la inclusión de sus actores, sino el fortalecimiento del turismo de bienestar, desde diferenciadores que han sido clave, en el crecimiento del sector y han ubicado a países que reconocen su capital humano, en los primeros lugares en el mundo. (PTP, 2013)

La revisión documental, constató que las regiones que no se encuentran en las urbes, o cerca de ellas, son desatendidas, especialmente en aspectos como infraestructura física e inversión social, desconociéndose, sus posibilidades de crecimiento, ocasionando un impacto que las define como periféricas.

El trabajo concluye, como se afirmó en el apartado inicial, que la implementación de actividades turísticas de bienestar, dentro de una visión de desarrollo y sostenibilidad, de acuerdo a experiencias de países que basan su éxito en estos factores, podría influir positivamente en la infraestructura, los ingresos y el reconocimiento de la identidad de los pobladores. Sin embargo, la inversión pública es necesaria para obtener dichos resultados.

Bibliografía

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. (2013). Plan de Productividad Turística para Bogotá 2015. Recuperado de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/08/Fichas_EBI-D_Bta_Positiva_Versión_Definitiva.pdf

AMAZING, Tailand. (2012). Turismo de Tailandia. Dossier de prensa. Recuperado de <http://www.turismotailandes.com/turismotailandes2009/descargas/prensa/Dossier-PrensaTailandia2012.pdf>.

APRENDE. (2004). Caracterización étnica y educativa del departamento de Cundinamarca y el Distrito Especial de Bogotá. Recuperado de www.colombiaaprende.edu.co.

BALBO, M., JORDAN, R., SIMONI, D. (2003). La ciudad inclusiva. (Cuadernos de la CEPAL 88). En: Comisión Económica Para América Latina y el Caribe. Recuperado de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/14237/lcg2210p.pdf>.

BANCO MUNDIAL. (2009). Informe sobre el desarrollo humano; una nueva geografía económica. Recuperado de http://www.economia.unam.mx/cedrus/descargas/Una_nueva_geografiaeconomica.pdf.

BLANCO, H. (2003). Recursos naturales e infraestructura; Planeamiento del desarrollo local. (Serie 61). En: Comisión Económica Para América Latina y el Caribe. CEPAL. Recuperado de <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/7/13247/Lcl1959e.pdf>.

BORJA, J (2001). El gobierno del territorio de las ciudades latinoamericanas. España. Recuperado de <http://old.municipioal dia.Org/facipub/upload/publicaciones/1/55/gobierno%20del%20territorio1.pdf>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, (2010). Dirección de competitividad; Comisión Regional de competitividad, Plan Regional de Competitividad de la Región Bogotá - Cundinamarca 2010 – 2019.

EUROMONITOR INTERNACIONAL. (2012) Health and Wellness Tourism in Colombia, Recuperado de <http://www.euromonitor.com/health-and-wellness-tourism-in-Colombia/report>.

GONZÁLEZ, E., YAMIL Alul. (2010). Fomento y desarrollo regional. implementación de las agencias regionales de desarrollo productivo. el caso de la región del maule, Chile/ Promotion and regional development. implementation of regional productive develop-

ment agencies. the case of maule region, chile. *Contabilidad y Negocios*, 5(10), 86-97. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/883142845?accountid=48891>

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. (2013). Plan de Negocios para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia. Recuperado de: <http://www.ptp.com.co/documentos/Resumen%20Plan%20Turismo%20de%20Bienestar.pdf>.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2009). Estatutos de la Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtostatutesp.pdf>.

ROZO, B. (2002). Saberes ancestrales, locales, tradicionales y cambio climático. Recuperado de http://www.cambioclimatico-pnud.org.bo/foros/doc_apoyo.pdf.

SALGUERO, J. (2006). Enfoques sobre algunas teorías referentes al Desarrollo Regional. En: Sociedad Geográfica de Colombia, Academia de Ciencias Geográficas, Recuperado de www.sogeocol.edu.co.

SASSEN, S. (2007). El reposicionamiento de las ciudades y regiones urbanas en una economía global: ampliando las opciones de políticas y gobernanza. Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v33n100/art02.pdf>.

SILVA, I. (2003). Metodología para la elaboración de Estrategias de Desarrollo Local. (Serie 42). En: Comisión Económica Para América Latina y el Caribe. CEPAL. Recuperado de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/13867/sgp42.PDF>.

SCHUMPETER, J. (1978). Teoría del desenvolvimiento económico, México: FCE.

SOUSA, A. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos –metodológicos. Universidad La Coruña España.

Turismo Comunitario en la cuenca del Río Tunjuelo en Bogotá: Hacia un compromiso con la sostenibilidad desde la apropiación del territorio¹

María Fernanda Bohórquez Vidal²

Claudia Jurado Alvarán³

Sonia Duarte Bajaña⁴

Resumen

El propósito de este trabajo fue determinar las posibilidades de desarrollo del turismo comunitario en la cuenca alta y media del río Tunjuelo en Bogotá, como forma de apropiación del territorio, a partir de la identificación del potencial turístico existente, específicamente lo relacionado con atractivos naturales y culturales, así como de los elementos de presión en el territorio y las situaciones ambientales y sociales que deben ser tratadas.

Como método, se empleó la investigación cualitativa con enfoque participativo que permitió establecer la existencia de algunas prácticas turísticas empíricas que se han llevado a cabo, particularmente con la ruta agroturística de la Requilina. Fue posible observar que en algunas veredas, específicamente Pasquilla, en la localidad de ciudad Bolívar; la comunidad ha establecido procesos de participación comunitaria para organizarse y conformar una corporación denominada Asociación Turística de Ciudad Bolívar - Asotur.

1 Tesis de maestría en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Universidad de Manizales, dirigida por la Dra. Claudia Jurado Alvarán, coautora de este trabajo. Surge del proyecto desarrollado para el Grupo de Investigación Interinstitucional en Responsabilidad Social y Ambiental- GIRSA- categorizado en C por Colciencias, denominado “Construcción colectiva de la historia de la apropiación del territorio en la cuenca del río Tunjuelo en Bogotá, por medio de la estrategia de turismo comunitario”, cuyos resultados constituyeron la base para la tesis mencionada. Derechos compartidos Fundación Universitaria Los Libertadores – Universidad de Manizales

2 Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, Máster en turismo, Especialista en Gerencia de mercadeo, Especialista en Responsabilidad Social Empresarial, Directora del Programa De Administración Turística y Hotelera, Fundación Universitaria Los Libertadores; dirhoteleria@cit.ulibertadores.edu.co. La autora hace expreso reconocimiento a la Fundación Universitaria Los Libertadores por el apoyo permanente e incondicional en el desarrollo de la maestría y de este producto de investigación. De igual manera a la Universidad de Manizales por su respaldo para la conclusión exitosa de la maestría.

3 Magister en Educación y Desarrollo Comunitario, Psicóloga, Candidata a Doctor en Ciencias Sociales, niñez y juventud, profesora de la Universidad de Manizales. cjurado@umanizales.edu.co

4 Trabajadora Social, maestrante en Estudios Socioculturales, profesora de tiempo completo Programa de Administración Turística y Hotelera, Fundación Universitaria Los Libertadores. sduarteb@libertadores.edu.co. La autora hace expreso reconocimiento a la Fundación Universitaria Los Libertadores por el apoyo permanente e incondicional en el desarrollo de este producto de investigación.

Pudo también definirse que los líderes comunitarios con los cuales se llevaron a cabo los talleres, las entrevistas en profundidad y la labor de cartografía social, tienen sentido de pertenencia por el territorio y pacíficamente buscan su defensa para evitar la expansión urbana que definitivamente afecta la vocación rural del territorio, que por tantos años ha caracterizado la zona de estudio. El turismo informal ha constituido la principal herramienta para este fin.

Para la determinación del potencial turístico se emplearon las visitas de campo y la cartografía social, con la metodología propuesta por el Viceministerio de Turismo, que permitió identificar seis atractivos de orden natural y ocho de tipo cultural material e inmaterial. Es así como fue posible esbozar las modalidades de turismo que desde el turismo comunitario en el marco del desarrollo sostenible pueden llevarse a cabo: Turismo de naturaleza, turismo cultural, ecoturismo y agroturismo.

Los principales ejes de presión identificados con el trabajo de cartografía social y sobre los cuales es necesario establecer conjuntamente con las entidades territoriales, alternativas de solución, son el relleno sanitario Doña Juana, Metrovivienda, la zona minera, las curtiembres de San Benito, las zonas de alto riesgo por deslizamiento, el sistema de equipamiento carcelario y la troncal perimetral Bolivariana.

A pesar de la existencia de estos elementos de presión, con el potencial turístico identificado y la voluntad de organización de la comunidad, el turismo comunitario se identificó como una alternativa viable y alentadora desde el desarrollo sostenible. Se resalta la necesidad de la comunidad de generar mecanismos para defensa del territorio, así como de propiciar alternativas productivas que ayuden a mejorar la calidad de vida de las familias pobladoras.

Palabras clave: Desarrollo sostenible, Turismo comunitario, apropiación del territorio, elementos de presión territorial, atractivos turísticos

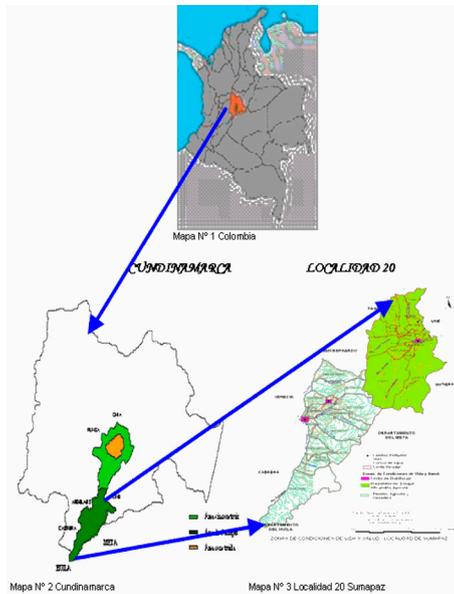
Marco Teórico

1. Contexto geográfico, ambiental y social de la cuenca del río Tunjuelo

En el informe elaborado para la formulación del plan de ordenamiento y manejo de la cuenca del río Tunjuelo- POMCA (Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría Distrital de Ambiente, Universidad Nacional de Colombia, 2007), se subrayó que la cuenca del Tunjuelo tiene un área total de 41.427 hectáreas, dividida en tres partes, según las condiciones geográficas de la región: La cuenca Alta que ocupa el 35% del total, la cuenca media que recoge cerca del 42% del total de la cuenca y la cuenca baja, la más contaminada, ocupa el 23% del área.

La parte alta y media de la cuenca constituye la más importante zona rural de Bogotá.

Figura 1. Ubicación geográfica cuenca del Tunjuelo



Fuente: www.luvencus.org/mapas/colombia/cundinamarca.

La tasa de desempleo para las siete localidades de la cuenca es sensiblemente mayor que la de la ciudad; oscila entre 14,4% y 16,6%. Los habitantes pertenecen en su gran mayoría a los estratos 1 y 2 del sisbén¹ (Alcaldía mayor de Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2004).

1 Así lo expresa el diagnóstico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá, llevado a cabo por la Alcaldía Mayor de Bogotá en 2004

“La encuesta SISBEN¹ 2003 presenta un perfil educativo en el cual el 22% de los encuestados manifiestan no haber estudiado nunca, frente a un 58% que ha llegado hasta concluir la primaria, cerca de un 20% accede a la secundaria y menos del 1% a la educación superior” (Alcaldía mayor de Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2004).

Contexto legal y normativo

Desde la política pública y a partir del año 2009, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial con la División de Parques Naturales Nacionales, han hecho esfuerzos importantes por consolidar la actividad en el país a partir de labores investigativas.

Existen algunas acciones que apoyan el turismo sostenible como son: las normas técnicas de calidad a nivel mundial, El Código Ético de la OMT y las normas técnicas sectoriales que son específicas, entre otras. Para Colombia existen las normas técnicas de sostenibilidad turística, divulgadas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, obligatorias para los prestadores de servicios turísticos desde el 2012.

Las disposiciones del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (MAVDT), fueron determinantes para el desarrollo de este trabajo; al respecto, el ministerio mencionado creó la ley 99 en la que se estableció como uno de los principios de la política ambiental colombiana que "el proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo"².

El MAVDT³ en sus Planes de Desarrollo Nacional de los períodos comprendidos entre el 2002-2006 y entre el 2007-2010, incluyó una serie de estrategias enfocadas al desarrollo sostenible. Como soporte a estos Planes, expidió los documentos Conpes⁴

1 Es el Sistema de identificación y clasificación de potenciales beneficiarios para programas sociales, desarrollado por la Secretaría Distrital de Planeación. Para este fin se diseña una encuesta que indaga sobre aspectos de la población que permiten que parte de ella sea incluida como beneficiaria de aportes del gobierno. El Ministerio de Salud y el Ministerio de Trabajo, son los veedores de este sistema

2 www.minambiente.gov.co Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

3 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial

4 Consejo Nacional de Política Económica y Social, pertenece al Departamento Nacional de Planeación 091-2005 “Metas y Estrategias de Colombia para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio-2015” y el 3343-2005 “Lineamientos y estrategias de Desarrollo Sostenible para los sectores de Agua, Ambiente y Desarrollo Territorial”.

Desarrollo sostenible

El marco de esta investigación fue el desarrollo sostenible que “más que una teoría o un modelo estructurado y definido, debe entenderse como un proceso dinámico y en permanente cambio que trabaja fundamentalmente con el ser humano como actor y receptor que requiere cambiar y adaptar sus costumbres, comportamientos, hábitos de consumo y en general su mentalidad en la búsqueda de un beneficio colectivo a largo plazo” (Bohórquez & Gómez 2009 p.201).

Según Jiménez (2003), el desarrollo sostenible debe contemplar dos aspectos que confluyen y se afectan de manera directamente proporcional: el daño de los ecosistemas y la pobreza, lo que indica que mientras hay crecimiento industrial, producto del capitalismo, que a costa de deteriorar el hábitat natural de algunas especies, enriquece a unos pocos, otros viven las consecuencias de ese deterioro ambiental, con el respectivo deterioro de su calidad de vida, reflejado normalmente de igual manera en la pobreza para esta porción de la población¹

A partir de la publicación del "informe Brundtland" (Nuestro futuro común, 1987), el concepto de desarrollo sostenible se popularizó como un objetivo social aparentemente deseado por todo el mundo. El desarrollo sostenible entonces emerge como una categoría superior al del simple desarrollo, que a su vez al incluir variables sociales y ambientales, había superado el concepto de crecimiento económico como fin máximo para una sociedad.

Basados en la declaración de Johannesburgo² y Estocolmo³, al ver la necesidad urgente que genera el deterioro ambiental, se decidió asumir una responsabilidad colectiva para avanzar y fortalecer el direccionamiento del desarrollo sustentable, acordando que la protección del ambiente, y el desarrollo social y económico son fundamentales para el desarrollo sostenible. Los objetivos transversales como la erradicación de la pobreza, el cambio de los modelos de producción y consumo, y la protección y administración de la base de recursos naturales fortalecen el desarrollo social y económico sostenible.

El Desarrollo Sostenible en el turismo

Para comprender las implicaciones que la sostenibilidad tiene en el turismo, es importante aproximarse al concepto de turismo y a los elementos que lo integran.

1 Conferencia impartida por el doctor Fernando Barry de Argentina en el marco del I Simposio Internacional en Responsabilidad Social y Ambiental, Bogotá, octubre 2010

2 Elaborada en el marco de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo, Sudáfrica en 2002, diez años después de la Cumbre de Río de Janeiro, con el fin de evaluar los avances de los propósitos fijados en ésta

3 Adoptada en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano en 1972

Según la Organización Mundial del Turismo, se define como “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”; es así como el turismo involucra varios actores que tienen incidencia en la sostenibilidad de la actividad, son ellos:

1. La oferta turística entendida como los productos y servicios que se ponen a disposición de los turistas
2. La demanda turística traducida en consumidores y clientes de productos y servicios turísticos
3. El destino turístico, es decir, el lugar donde se desarrolla la actividad turística
4. Los agentes turísticos, esto es, las empresas y organismos que facilitan el encuentro entre la oferta y la demanda

Para efectos del turismo sostenible, es pertinente considerar un quinto elemento conformado por la comunidad receptora que no necesariamente es prestadora de servicios turísticos o agente de la actividad, pero que indiscutiblemente recibe un efecto positivo o negativo de ésta.

Según López A. (citado por Curiel J. 2.008), en la década de los 70 se empieza a hablar de manera crítica de la relación entre turismo y medio ambiente; evidencia de ello es la Declaración de Manila sobre el turismo mundial (1.980). Sin embargo, es en la década de los 90 cuando se comienza a tratar el tema de la sostenibilidad en el turismo y se inicia la preocupación por evaluarla y medirla en términos de cada uno de los componentes de la actividad turística. (Pulido 2.000, citado por Curiel J. 2.008)

Turismo comunitario

El turismo comunitario hace parte de una estrategia de desarrollo local por medio de la industria turística, trayendo como consecuencia la mejora de la calidad de vida ya que reduce el índice de pobreza y evita las migraciones de las comunidades, debido a que las poblaciones buscan en su mismo territorio el sustento, se apropian de él y le sacan el debido provecho de manera colectiva.

El Turismo comunitario debe entenderse como un modelo de organización de la actividad turística con fundamento en un producto turístico¹ (Fernández, 2006), definido éste

1 Así lo describe Víctor Rafael Fernández Ávila en un documento del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del año 2006, titulado “Diseño del producto turístico, un enfoque y una propuesta metodológica”

como el conjunto de atractivos de orden natural y cultural, unidos a la infraestructura, la superestructura (políticas, formas de administración territorial), la tecnología y los prestadores de servicios turísticos; se diseña a partir de los planes de ordenamiento territorial, junto con un trabajo de investigación de mercados que debe conducir a la promoción y comercialización pertinentes.

La comunidad además de participar activamente en el turismo comunitario, debe estar presente apoyando la toma de decisiones; la comunidad debe recibir justamente los beneficios que genere la actividad; Los tour operadores deben tratar con la comunidad y no presentarse individualidades y de igual manera trabajar mancomunadamente para evitar impactos o alteraciones en el entorno natural o en los seres humanos; el turismo debe ser sostenible con el medio ambiente, permitir el apoyo las comunidades indígenas y promover el cuidado del patrimonio cultural. (Forum Barcelona , 2004)

Objetivos

1. General

Identificar las posibilidades de desarrollo del turismo comunitario en la cuenca alta y media del río Tunjuelo en Bogotá, como forma de apropiación del territorio en el marco del desarrollo sostenible.

2. Específicos

1. Reconocer los atractivos naturales y culturales de la cuenca alta y media del río Tunjuelo, que influyen en el desarrollo del turismo rural desde la perspectiva del desarrollo sostenible.
2. Determinar los elementos de presión en el territorio de la cuenca del río Tunjuelo y las situaciones ambientales y sociales que deben ser tratadas, con el fin de gestionar un turismo comunitario sostenible.

Metodología

1. Tipo de investigación

La investigación desarrollada es de tipo cualitativo, con orientación participativa; se analizaron la realidad y los actores, es decir, investigadores y líderes comunitarios campesinos, se involucraron con la propuesta de soluciones frente a la problemática identificada.

2. Población objeto

La delimitación de la población objeto de estudio se hizo en las tres localidades identificadas con potencial turístico, específicamente Ciudad Bolívar, Usme y Sumapaz, específicamente el Parque Natural Nacional de Sumapaz, así como con sus habitantes,

concretamente veintinueve líderes comunitarios campesinos quienes participaron en los talleres, interesados en la formulación conjunta para la creación de una cadena productiva alrededor del turismo con enfoque comunitario.

3. Procedimiento

Para el desarrollo de esta investigación se llevaron a cabo varias fases como se menciona a continuación

- Definición de la problemática y búsqueda de información secundaria
- Visitas de reconocimiento- Se realizaron cuatro
- Levantamiento de inventario turístico preliminar
- Desarrollo de curso de cartografía social
- Entrevistas en profundidad con líderes comunitarios
- Talleres con líderes comunitarios
-

Con toda la información recogida se realizó la triangulación entre la información primaria, secundaria, el método empleado, y la formulación teórica para su posterior análisis y descripción de resultados.

4. Técnicas de recolección de información

Para llevar a cabo el procedimiento descrito en el acápite anterior, se emplearon las siguientes técnicas:

- Observación directa no participante
- Observación participante
- Diario de campo
- Cartografía social El ejercicio de cartografía social es una herramienta que sirve para construir conocimiento de manera colectiva; es un acercamiento de la comunidad a su espacio geográfico, social, económico, histórico y cultural. La construcción de este conocimiento se logra a través de la elaboración colectiva de mapas, la cual desata procesos de comunicación entre los participantes y pone en evidencia diferentes tipos de saberes que se mezclan para poder llegar a una imagen colectiva del territorio. (Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, 2009).
- Entrevistas en profundidad
- Talleres: Se llevaron a cabo dos talleres con los líderes comunitarios campesinos, no sólo para confirmar la noción y el conocimiento del territorio que tenían sino para buscar su compromiso en la construcción de las rutas turísticas para su posterior desarrollo por parte de los mismos.

Resultados

1. Apropiación territorial

La apropiación territorial involucra relaciones de poder que se dan en un espacio geográfico definido, determinadas además por asuntos éticos y políticos; se constituye en una forma de “hacer valer los derechos territoriales”. Para realizar una adecuada interpretación de la apropiación del territorio, es necesario tener en cuenta los conocimientos tradicionales de las comunidades en cuestión del espacio. (Aczelrad,2008).

1.1. Procesos de participación comunitaria

Para Aczelrad (2008), son importantes la academia y los investigadores en los procesos de participación comunitaria que conduzcan a un efectivo ejercicio de apropiación; son ellos los que ayudan a los grupos humanos a organizar su trabajo, a desarrollarlo y a sistematizarlo para proponer alternativas de solución viables frente a problemáticas territoriales. En una de las entrevistas en profundidad realizadas en diciembre de 2012, se observó que los procesos de participación se dan en torno a las políticas públicas y a las propuestas e iniciativas que dan los planes de desarrollo local de las localidades que conforman la Cuenca del Río Tunjuelo. Iniciativas propias también las hay (Herrón, Diversas percepciones sobre turismo comunitario en la cuenca del Tunjuelo, 2012)

1.2. Asociación comunitaria en defensa del territorio

En este sentido, durante el trabajo de campo, particularmente durante los talleres realizados con algunos de los líderes campesinos en octubre de 2013, se pudo estudiar una experiencia concreta de apropiación del territorio, cual es una asociación denominada “Asotur”, quienes han empleado el desarrollo turístico como forma de defender el territorio; para ello han creado la ruta agroturística la Requilina; en su narración, una de las participantes en los talleres desarrollados, habló del proyecto que han desarrollado en esta zona.

1.3. Diseño y puesta en marcha de una ruta agroturística como forma de apropiación territorial

Para diseñar la ruta, se llevó a cabo un trabajo de cartografía social; cada uno hizo dibujos de las potencialidades que tenía cada lugar, recibieron apoyo de Uniminuto para el diseño de la ruta, del portafolio y para la edición de un video promocional de la ruta. Se tomó como referencia el hallazgo arqueológico, las 10 unidades productivas, el salón comunal como centro histórico y la tienda Versailles como patrimonio histórico

1.4. Conflictos por el territorio

Para el caso de la Cuenca del Tunjuelo, son tantos los intereses encontrados, tantos los grupos políticos, sociales y económicos que ejercen presión sobre el territorio, que los habitantes han tenido que formular y desarrollar con la ayuda de la academia y de organizaciones no gubernamentales ONG's, propuestas que les permitan defender sus derechos sobre el territorio.

En el desarrollo de los talleres llevados a cabo con los líderes campesinos en octubre de 2013, se pudo constatar que la comunidad pretende más que hacer turismo, generar a partir del turismo una herramienta de defensa del territorio y de la cultura, pues se ha dado un proceso de desplazamiento por medio del Distrito y de las constructoras por medio de la construcción del borde urbano rural; es así como se genera un valor agregado con el turismo, con la venta de productos y con el manejo ambiental alrededor de esta actividad.

Según la participación lograda en los talleres llevados a cabo en octubre de 2013, El Distrito dice que lo que ellos buscan es proteger el agua y para ello definen zona de reserva de quebradas y ríos pero la densidad poblacional se incrementa notablemente al expandir la ciudad hacia el sur; se afectan las condiciones climáticas y ambientales; “a uno le da dolor de patria cuando ve que el mayor nivel freático está en este lugar y que se afecta con la urbanización”.

Luego del ejercicio de cartografía social llevado a cabo con algunos de los líderes comunitarios que hicieron parte de este estudio, fue posible determinar los principales conflictos territoriales que se viven en la cuenca del Tunjuelo.

- Relleno de Doña Juana UPZ Mochuelo
- Metrovivienda
- Zona Minera
- Curtiembres de San Benito
- Zonas de alto riesgo
- Sistema de equipamiento carcelario
- Troncal perimetral Bolivariana
-

2. Turismo comunitario sostenible

Hablar de turismo comunitario fuera del marco del desarrollo sostenible y específicamente del desarrollo sostenible del turismo, no tiene sentido. El turismo comunitario obliga, además de que la comunidad defina una forma de organización que le permita participa-

ción conjunta y equidad en la toma de decisiones, contar con mecanismos que preserven el patrimonio natural y cultural, que lo potencien, jamás que lo deterioren.

Ivars et al (2.001, citados por Sánchez y Pulido, 2.008) definen como ejes articuladores del turismo sostenible, “la eficiencia económica, la conservación ambiental y la equidad social” (p. 13)

El turismo comunitario le puede dar un nuevo uso al territorio haciéndolo más productivo, sostenible y sustentable, promoviendo las buenas prácticas turísticas comunitarias con el objeto de que no exista ningún impacto en el territorio; por otro lado es importante que la comunidad desarrolle una serie de procesos con el fin de tener mayor eficacia en la toma de decisiones, adquirir responsabilidad en lo que planifica y seguir y evaluar constantemente lo realizado (Inostroza, 2008).

Durante los talleres llevados a cabo con líderes comunitarios, se dieron aprendizajes importantes en lo que respecta a la gestión que la comunidad ha podido llevar a cabo alrededor del turismo que aunque ellos no lo llaman de esta manera como tampoco comunitario; ha implicado un proceso de organización y participación en el que se ha buscado un beneficio conjunto, la preservación del patrimonio natural y cultural, así como generar un mayor sentido de pertenencia para la defensa del territorio.

Inventario turístico

El inventario turístico es el punto de partida cuando de desarrollar la actividad turística en un destino se trata. A partir de esta herramienta, pueden determinarse las potencialidades turísticas de una región. Existen metodologías para realizar el levantamiento del inventario turístico. La más reconocida en Colombia es la propuesta por Víctor Fernández (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010) que recomienda clasificar los atractivos turísticos en naturales y patrimonio cultural material o inmaterial.

2.1. Inventario Turístico de la cuenca media y alta

- Atractivos naturales
 - Cerro de la Repetidora – Altos de Providencia
 - Parque Natural Nacional Sumapaz
 - Laguna Larga
 - Laguna de Los Tunjos
 - Reservas Mochuelo- Pasquilla
 - Biodiversidad propia del páramo (oso de anteojos, águilas, conejos, entre otros)
- Patrimonio Cultural

- Cantarrana. Patrimonio cultural material inmueble
- Centro de Usme. Patrimonio cultural material inmueble
- Embalse de la Regadera. Patrimonio cultural material inmueble
- Hallazgos muisca Necrópolis en Metrovivienda. Patrimonio cultural material inmueble
- Vereda Pasquilla. Patrimonio cultural inmaterial.
- Parque Entre Nubes. Patrimonio cultural material inmueble.
- Gastronomía y saberes culinarios típicos. Patrimonio cultural inmaterial.
- Fincas con atractivo para el turista. Patrimonio cultural material inmueble.

2.2. Modalidades de turismo

El turismo comunitario le permite a una comunidad organizarse para aplicar diversas modalidades de turismo; para el caso de la cuenca del Tunjuelo, pueden aplicarse las siguientes.

- Turismo de naturaleza
- Turismo cultural
- Ecoturismo
- Agroturismo

De acuerdo con los talleres llevados a cabo con líderes comunitarios, en cuanto a las características del producto turístico, se trata de recorridos de recreación pasiva, se aprende en un proceso pedagógico que realiza el dueño de la finca al visitante, la producción de alimentos propios, técnicas de producción pecuaria, procesos artesanales, transformación de productos como yogurt y miel de abejas (productos orgánicos). Además se hacen cabalgatas y otras actividades de tiempo libre. Se han enseñado las técnicas del proceso de producción, las artesanías y el hallazgo arqueológico.

Conclusiones

La cuenca del río Tunjuelo es un lugar propicio para la implementación del turismo comunitario, debido a que cuenta con altos niveles de biodiversidad y su posición geográfica es privilegiada; esta zona es catalogada como reservorio de agua, lo cual garantiza la existencia de este líquido en un futuro. Sin embargo, es necesario tener en cuenta la problemática de la zona para actuar con conocimiento y estrategia, de manera que la alternativa que aquí se plantea, pueda constituirse efectivamente en una alternativa de solución conducente a mejorar las condiciones de vida de la población local.

Puede concluirse que las emergencias que enfrenta la cuenca del río Tunjuelo son:

- a. Los altos niveles de contaminación ambiental producto de un sistema social desigual que ha entendido al sur como la cloaca de la ciudad
- b. Los altos índices de desempleo que se presentan en la cuenca, dados los bajos niveles de educación y de cualificación del recurso humano
- c. El desplazamiento de las actividades agrícolas ante el desgaste de los suelos
- d. La pérdida de la identidad cultural ante fenómenos como el desplazamiento forzado y la presencia de grupos al margen de la ley
- e. La necesidad de una voluntad política y participativa en la que los habitantes puedan decidir su futuro
- f. La necesidad de llegar a consensos y alianzas entre los diferentes sectores y actores de la cuenca
- g. La creciente desigualdad entre las propiedades, ingresos y poder de las multinacionales y el Estado
- h. El peligro inminente para la biodiversidad del páramo frente a la lucha de poder por el agua

Los pobladores de la Cuenca del río Tunjuelo que hicieron parte de este estudio, evidenciaron prácticas artesanales e informales de turismo. La comunidad ha hecho un gran esfuerzo por defender su territorio, empleando para ello el turismo. Es admirable que hayan podido ejecutar una ruta turística aún de manera artesanal.

A partir del estudio realizado, se puede concluir que existen tres proyectos de circuitos que a futuro pueden ser implementados, de manera que se constituyan en una opción de turismo comunitario y que verdaderamente mejoren la calidad de vida de la población, son ellos:

1. Circuito de turismo cultural: Usme, Necrópolis Muisca, Vereda Pasquilla
2. Circuito Turismo de Naturaleza: Parque Natural Nacional Sumapaz, Laguna Larga, Laguna de los Tunjos
3. Circuito ecoturismo: Cerro de la Repetidora- Altos de Providencia, Presa Seca de Cantarrana, Reserva Mochuelo Pasquilla, Aula ambiental Parque Entre Nubes

Bibliografía

Acerenza, M. Á. (2006). Necesidad de precisar el contenido y el alcance de la política de desarrollo sostenible del turismo. *Aportes y Transferencias*, 11-21.

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2004). *Recorriendo Tunjuelito - Diagnóstico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá D.C.* Bogotá: Departamento Administrativo de Planeación.

Asotur, C. (Octubre de 2013). Talleres con líderes comunitarios. (V. Camacho, Entrevistador)

Bohórquez, M. F. (2009). El Green marketing como aporte para lograr la sostenibilidad ambiental con empresas del sector hotelero en Bogotá. En M. F. Bohórquez,

E. Riveros, & L. F. Moreno, *Competitividad y Responsabilidad Social de Pymes en Bogotá: Investigaciones y Estudios* (págs. 175-206). Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores.

Fernández, V. (2006). *Diseño del producto turístico, un enfoque y una propuesta metodológica.* Bogotá, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Forum Barcelona . (2004). *Otros mundos, viajes alternativos y solidarios.* Barcelona, España: Intermón Oxfam.

Herrón, J. (Diciembre de 2012). *Diversas percepciones sobre turismo comunitario en la cuenca del Tunjuelo.* (J. Hernández, Entrevistador)

Inostroza, G. (2008). *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina.* *Gestión Turística*, 77-90.

Ministerio de Comercio, Industria y turismo. (2011). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.* Bogotá, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.* Bogotá, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Turismo de base comunitaria y responsabilidad social corporativa: relato de una experiencia sobre el proyecto “Ateliê arte nas cotas”, en Cubatão, San Paulo, Brasil.

Aristides Faria Lopes dos Santos¹

Renato Marchesini / Renata Antunes da Cruz²

Resumen:

¿Cómo la actividad turística puede inducir el proceso de inclusión y promoción social? ¿Cómo empresas pueden colaborar para fomentar la recuperación ambiental, urbana e económica de comunidades carentes? Con el fin de auxiliar a responder tales cuestiones, el presente artículo relata la experiencia de turismo de base comunitaria emprendida por la empresa Caiçara Expedições en parceria con el proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”, realizado en el municipio de Cubatão, que se localiza en la Región Metropolitana de la Bajada Santista, litoral del estado de San Paulo. La región posee 1.625.000 habitantes y Cubatão tiene 125.178 (IBGE, 2013). El proyecto “Ateliê Arte nas Cotas” es parte del “Programa de Recuperación Socio ambiental de la Sierra de Mar”, nacido de una parceria entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Gobierno del Estado de San Paulo por medio de la Compañía de Desarrollo Habitacional Urbano (CDHU), de la Fundación Florestal y de la Policía Militar Ambiental. El objetivo del referido proyecto es elevar la autoestima de los moradores y promover la construcción de la nueva identidad comunitaria. La ciudad fue edificada en la base de la Sierra del Mar, que originalmente servía como punto de parada para las personas que accedían al altiplano paulista. Según informaciones

1 Universidade Anhembi Morumbi.

2 Caiçara Expedições.

de la Prefectura Municipal de Cubatão (2013), para acceder a ese lugar “se comenzaba por el camino de los indios Tupiniquins. Después, a través del Valle del Rio Perequê (...). Más tarde, el llamado “camino de Lorena”, que se tornó el principal camino entre el litoral y la meseta”. En el inicio del siglo XX se inició el proceso de industrialización del país y, en los años 1920, se iniciaron las obras de construcción de dos grandes industrias: San Paulo Light S.A. Servicios de Electricidad y la fábrica de papel y celulosa Companhia Santista de Papel S.A. (denominada originalmente como Companhia Fabril de Cubatão), que inició sus operaciones en 1932. La segunda, por su parte, motivó la creación de la villa fabril, lugar donde vivían de los empleados que trabajaban en la empresa. Actualmente, el barrio pasa por el proceso de estudio y planeamiento de intervenciones de recuperación urbana, restauración de patrimonio arquitectónico local y calificación profesional de los habitantes locales, sobretodo, por medio de la implementación de Centro Vocacional Tecnológico (en fase final de obras) en la ciudad, espacio educacional que objetiva la cualificación profesional para la inclusión en el mercado de trabajo local y regional. Entro de ese universo de acciones, en el año 2011 surgió la iniciativa de creación de “Ateliê Arte nas Cotas”. Los alumnos aprenden técnicas de estêncil, que consiste en la aplicación de tinta con rolos, o espray para rellenar un papel con diseño. Esa técnica y la de mosaicos son aplicadas en los muros de las casas del barrio “Cota 200”. Además de esa iniciativa, son confeccionadas camisetas, agendas y almohadas, que son vendidas y cuyo facturación es revertida el proyecto. Desde 2013 “Caiçara Expedições”, la agencia de viajes y turismo ubicada en la ciudad vecina de San Vicente, ofrece un circuito turístico de base comunitaria, o sea, que prioriza la experiencia de la relación con el turista en contacto con las personas de la localidad. Esta investigación se caracteriza como un estudio de caso exploratorio, cuyo abordaje de análisis de los datos es cualitativo. Se realizó una investigación bibliográfica y documental, observación participante y entrevistas semiestructuradas con las voluntarias del proyecto. Se verificó una alta adhesión de los habitantes locales, tanto participando de los cursos prácticos como autorizando la pintura de sus casas. Fue posible constatar el orgullo de los vecinos cuyas casas fueron pintadas por medio del proyecto, sobretodo, porque pasaron a recibir visitantes. Se concluye en este caso, que el circuito promovido por “Caiçara Expedições” ayuda a valorizar a las personas y la iniciativa del proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”, a promover la identidad cultural local, desmitificar y transformar la realidad socioeconómica local a través del turismo.

Palabras-clave: Turismo de Base Comunitaria; Sustentabilidad; Caiçara Expedições; Cubatão (SP); Hospitalidad.

Introducción

El presente artículo relata la experiencia de turismo de base comunitaria emprendido por la empresa “Caiçara Expedições” en sociedad con el proyecto “Ateliê Arte nas Cotas¹”, realizado en el municipio de Cubatão, localizado en la Región Metropolitana de la Bajada Santista, litoral del estado de San Paulo. El objetivo del referido proyecto es elevar la autoestima de los vecinos, promover la construcción de la nueva identidad comunitaria.

Como relatamos en este trabajo, se verifica que las acciones citadas suceden en comunidades de bajos recursos del municipio de Cubatão.

El mencionado proyecto es parte del “Programa de Recuperación Socio ambiental de la Sierra del mar”, nacido de la sociedad entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Gobierno del Estado de San Paulo representado por medio de la Compañía de Desarrollo Habitacional Urbano (CDHU), de la Fundación Florestal y de la Policía Militar Ambiental.

La región posee 1.625.000 habitantes, mientras que Cubatão tiene 15.178 (IBGE, 2013).

La ciudad fue edificada en la base de la Sierra de Mar, que originalmente servía como punto de parada para las personas que accedían al altiplano paulista. Según informaciones de la Municipalidad de Cubatão (2013), para acceder a esa meseta, “Se iniciaba en el camino de los indios Tupiniquins. Luego, a través del Valle del Rio Perequê (...). Más tarde, por “el camino de Lorena”, que se transformó en el principal camino entre el litoral y ese altiplano”.

En el inicio del siglo XX tuvo inicio el proceso de industrialización del país y, en los años 1920, iniciaron las obras de construcción de dos grandes industrias: San Paulo Light S.A. Servicios de Electricidad y la fábrica de papel y celulosa Compañía Santista de Papel S.A. (denominada originalmente como Compañía Fabril de Cubatão), que inició sus operaciones en 1932. La segunda, por su parte, motivó la creación de la villa Fabril, local de vivienda de los empleados que trabajaban en la empresa.

Actualmente, el barrio pasa por un proceso de estudio y planeamiento de intervenciones de recuperación urbana, restauración del patrimonio arquitectónico local y cualificación profesional de los habitantes locales, sobretodo, por medio de la implantación del Centro Vocacional Tecnológico (en fase final de obras) en la ciudad, espacio educacional que trabaja en la cualificación profesional para inclusión en el mercado de trabajo local y regional.

¹ Notas de traducción: el termino “Cotas” se refiere a la altitud de las habitaciones en los cerros y montañas; las citas fueron traducidas por los autores, que se responsabilizan por esto;

Dentro de ese universo de acciones, en 2011, surgió la iniciativa de creación del “Ateliê Arte nas Cotas”. Los alumnos aprenden técnicas de estêncil, que consiste en la aplicación de tinta con rolos, espray para rellenar un papel con un diseño. Esa técnica de mosaicos es aplicada en los muros de las casas del barrio “Cota 200”. Además de la iniciativa, son confeccionadas camisetas, agendas y almohadas, que son vendidas y cuyo facturamento subvenciona el proyecto.

Desde 2013, la empresa “Caiçara Expedições”, agencia de viajes y turismo ubicada en la ciudad vecina de San Vicente, ofrece un circuito turístico de base comunitaria, o sea, que promueve la experiencia y el vínculo del turista en contacto con las personas de la localidad. Esa investigación se caracteriza como un relato de experiencia. Es un estudio exploratorio, cuyo abordaje de análisis de los datos es cualitativo. Se realizó una búsqueda bibliográfica y documental, también una observación participante. El trabajo fue organizado en tres temas, siendo el primero sobre la convivencia y la cohabitación en una comunidad, donde se inserta la actividad turística y las relaciones de hospitalidad entre visitante y visitado. Los principales autores consultados fueron Grinover (2007), Yázigi (2001), Bauman (2003), Wall (1997) y Laraia (2008).

El segundo tema trata sobre la cuestión de la competitividad empresarial con especial destaque para el segmento del turismo. Para la elaboración de ese referencial fueron consultados autores como Ferreira (2006) y Leis (1998). En el tercer fragmento, además de datos sociales, económicos y ambientales sobre el municipio de Cubatão, se presenta el relato del circuito de visitas del proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”, realizado en Cubatão. La elaboración del panorama histórico de la ciudad de Cubatão tuvo como principal referencia autores como Torres, Junior y Borges (2002). Las visitas de observación participante ocurrieron en los días 20 de abril de 2013 y el día 8 de junio de 2014. En esas ocasiones los investigadores tuvieron contacto como voluntarias del proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”, turistas (residentes en la propia Región Metropolitana de la Bajada) y habitantes del barrio “Cota 200”.

Turismo de base comunitaria: relaciones de hospitalidad

Para esta investigación, la hospitalidad se entiende como la intención espontánea de recibir bien, la actitud intencional o involuntaria de acoger, proteger y servir al visitante, sea este convidado o no. Montandon apud. Grinover (2007, p. 29) escribe que la hospitalidad “no se reduce al ofrecimiento de una restauración de un alojamiento, más la relación interpersonal establecida, que implica una ligación social y de valores de solidaridad y de sociabilidad”. Es posible percibir en esa citación de los puntos esenciales para la discusión en torno de la hospitalidad: “relación interpersonal”; y “conexión social”.

Primero, según el autor se torna posible inferir que si hay relación de hospitalidad, la misma debe ser personal, humana y, de esa manera, jamás impersonal, que remite, entonces, a hostilidad. Del mismo modo, si hay relación personal, directa entre visitante y visitado, pasa a existir una ligación, una relación social, que remite invariablemente a una relación comunitaria, ya que o individuo carga consigo elementos de su entorno – material e inmaterial – habitual. Cabe, entonces, una reflexión en torno de los escenarios en que se desenvuelven los fenómenos sociales presentados anteriormente, como propone Grinover (*idem*, p. 20)

El autor afirma que “la historia de la hospitalidad é es la historia del hombre, de sus encuentros, de sus diálogos y de todo aquello que han creado para facilitar su aproximación con sus semejantes”. Se considera que es fundamental discutir sobre los espacios donde se materializan tales relaciones y – dada la propuesta de este estudio – el análisis de una experiencia gerencial en el campo de turismo de base comunitaria parece ser un medio enriquecedor para tal.

Se discute hace bastante tiempo la cuestión de la cobranza de tasas de ingreso para visitar monumentos de patrimonio material, tales como archivos de museos o áreas naturales protegidas. El término “privatización” parece ser percibido de manera equívoca y mismo su comprensión ideológica y con intención.

En el movimiento de promover la cultura local, las tradiciones de la población autóctona y el folclore regional, gestores públicos ligados a áreas como turismo, ocio y cultura, por ejemplo, tienden a cometer ese equívoco conceptual. Hay que coincidir que la transversalidad del turismo impone un desafío relevante en el sentido de equilibrar intereses (entre entes públicos y privados) y equilibrar conflictos (entre comunidades receptoras y sus visitantes).

Así, privatizar las manifestaciones ha sido privatizar el acceso del público (sea local o no). La consecuencia tiende a ser la segregación y la espectacularización de los rituales y mismo de los paisajes. Se trata entonces, de la conversión de costumbres en escenas, que, según Bauman (2003, p. 63), torna a la comunidad en una “estética generada por la [pre]ocupación con a identidad [...] que alimenta a la industria del entretenimiento”. Antagónicamente, es la comercialización¹ del patrimonio que lo hace dejar de ser valioso por su significación en la historia o la identidad local y pasa a ser valioso porque puede ser “vendido” como atractivo turístico (WALL, 1997, p. 138).

¹ Grivoner (2007 p.59), sobre la pérdida del verdadero sentido del recibir, de la hospitalidad, afirma que “la comercialización de la hospitalidad, no puede ser atribuida como culpa entre los profesionales del turismo, no implica obligatoriamente una depreciación de esa cualidad. Es verdad que el servicio al cliente y su explotación financiera son de tal modo vinculados uno al otro, los que los tornó imposible separarlos”;

El turismo se basa en el consumo y en la apropiación de los espacios, privatizando algunos y recuperando la utilidad pública de otros. Sobre esa ambigüedad, Barretto (2000, p. 34) afirma que “la revitalización de barrios enteros para el consumo cultural y turístico, sobretodo en áreas centrales o portuarias de ciudades, también han sido una forma de permitir la conservación de las construcciones históricas en ellas existentes”.

Es evidente la demanda por erradicar la visión de preservación del patrimonio cultural desligada de su uso social y del acceso por la población. Así, gana fuerza tanto el sentido común ciudadanía, en relación a la cuestión de la sustentabilidad (CANTARINO, 2007).

El problema aparece en la armonía entre la hospitalidad original [o conservación] *versus* su exploración comercial (GRINOVER, 2007, p. 59). La atención a la revitalización del patrimonio histórico ha sido positiva, valorizando el crecimiento de la etno-historia y de sus representaciones del pasado y del presente. Lógicamente, contribuyendo para la sustentabilidad del turismo de carácter cultural.

Para hacer frente a la banalización del término sustentabilidad y de sus principios, se defiende la “educación patrimonial” como elemento condicionante de las prácticas de viajes de motivación cultural (CHIOZZINI, 2006). Ese autor afirma que “la educación patrimonial viene ganando destaque en las discusiones sobre el patrimonio histórico y también encuentra un campo fértil dentro do turismo cultural”. Paralelamente, se considera que las propuestas de educación ambiental, en el sentido de la educación para el ejercicio de la ciudadanía planetaria, pueden ser de gran colaboración al promover la identificación entre el patrimonio histórico-cultural y la sociedad.

Laraia (2008, p. 72) afirma que “el hombre ha pasado gran parte de su historia en la Tierra, separado en pequeños grupos, cada uno con su propio lenguaje, su propia visión de mundo, sus costumbres y expectativas”. En ese sentido, Bauman (2003, p. 9) apunta que “una colectividad que pretenda ser comunidad, con un sueño realizado, y (en nombre de todo lo bien que se supone que esa comunidad ofrece) exige lealtad incondicional y trata todo lo que queda por fuera de tal lealtad, como un acto de imperdonable traición”. El autor promueve una interesante diferenciación entre un agrupamiento (al que se llama colectividad) y una comunidad (en el sentido de identidad, vínculo y complicidad).

Otro elemento muy pertinente dentro de esa cuestión es la diversidad, en su sentido de más amplio entendimiento. Trigo (2009, p. 144) afirma que:

Los segmentos [comunidades] alternativas forman justamente el pluralismo y la diversidad en las sociedades democráticas pos-industriales, con sus tribus, etnias y grupos con intereses y comportamientos variados.

Pero específicamente, los grupos juveniles tienden a apearse más en agrupamientos, ya que sus miembros son, normalmente, más inseguros y no poseen referencias sociales. En ese mismo sentido, Levisky apud. Uvinha (2001, p. 38) escribe que:

En los grupos de jóvenes lo que hay de común es el dato de todos ellos estar en la búsqueda de algo, esto es, estar en la búsqueda de sí mismos [...], en el grupo, unos se parecen con los otros y en eso se confortan; uno es el modelo para otro; sufren de angustias semejantes y en la indefinición es que se encuentran; dentro del grupo cada uno está en la búsqueda de sí mismo, y el grupo como unidad existe en ese sentido; el encuentro es en relación, antes que nada, en externalizar los propios pensamientos y confrontarlos con los demás.

Según Yázigí (2001, p. 46), “construir una identidad, esto es, darles una forma, es legitimar la propia vida, porque es la forma que da fundamento a la existencia”. En el mismo sentido, Laraia (2008, p. 68) apunta que “podemos entender el dato de que individuos de culturas diferentes pueden ser fácilmente identificados por una serie de características, tales como el modo de actuar, vestir, caminar, comer, sin mencionar la evidencia de las diferencias lingüísticas, el dato de más inmediata observación empírica”. Esa “serie de características” es la “forma” a la que se refiere Eduardo Yázigí, corroborando los elementos de identificación levantados anteriormente.

Comentando la construcción de la identidad de las comunidades, nuestras relaciones con otras personas, grupos, lugares, cosas [...]”. Cabe destacar la llamada del autor al término “lugares”. Más adelante será abordado ese tema, o sea, la percepción y la ligación entre los valores de determinada comunidad y el espacio en que sus relaciones suceden.

Cabe reflexionar acerca de la espontaneidad de las manifestaciones culturales, pues a partir del momento en que un vínculo es “forzado” a existir y a mantenerse vivo, se considera que deja de ser genuino. Según Ayala y Ayala (2002, p. 63), “una manifestación cultural deja de ser popular, tornándose institucional, igual que haya sido anteriormente muy difundida en segmentos subalternos de la población, cuando sus productores pasan a depender, para su realización, de una entidad pública o privada [...]”. Sobre la hospitalidad, se torna oportuno afirmar que hoy ese segmento se ha estructurado por cuenta de su comercio. La hospitalidad comercial, o sea, los negocios ligados directamente a los servicios de hospedaje, alimentación, entretenimiento, transporte y ocio, se instituye en una paradoja en vista de su historia, pues en esencia es gratuita, espontánea (GRINOVER, 2007, p. 57). Interferir directa o indirectamente en el sentido de mantener cierta tradición o manifestación es actuar para la extinción de la emoción y de la afectividad que caracteriza a la “vinculación” propuesta. Sobre la espontaneidad en mantenerse en determinada comunidad, honrando el compromiso asumido, Bauman (2003, p. 62) hace algunas reflexiones, a saber:

La comunidad, cuyos usos y principios son confirmar, por el poder del número, la propiedad de la elección y darle parte de su gravedad a la identidad que confiere “aprobación social”, debe poseer los mismos trazos.

Ella debe ser el permanecer flexible, nunca pasando el nivel “hasta un nuevo orden” y “en cuanto fuera satisfactorio”;

Su creación y su desmantelamiento deben ser determinados por las elecciones hechas por los que las componen – por sus decisiones de firmar o retirar su compromiso;

En ningún caso debe el compromiso, una vez declarado, ser irrevocable: el vínculo constituido por las elecciones jamás debe perjudicar, y mucho menos impedir, elecciones adicionales y diferentes.

Es intrigante como el término “flexible” aparece diversas veces. ¿Y quién es el individuo que definirá los niveles de flexibilidad? ¿Cómo en el debate sobre los ídolos y lo efímero de las comunidades, se pregunta: ¿Cuáles miembros deben opinar para la creación o desmantelamiento del grupo? ¿Y los que desean permanecer firmes en la propuesta? ¿Continúan gozando de legitimidad? Lo que parece, según el autor, los compromisos no perjudicarán los papeles ejercidos por las personas fuera de la vida comunitaria.

Como se ha señalado, el establecimiento y la consolidación de identidad y vínculos se hacen, sobretodo, por medio de la comunicación. Sea corporal, escrita o mismo por el lenguaje. Así, el tema a seguir propone reflexiones sobre la competitividad empresarial basada en los preceptos de sustentabilidad.

Competitividad empresarial

En esta sección se proponen reflexiones en torno de dos asuntos clave: la competitividad empresarial como especial destaque para el segmento del turismo receptivo y la cuestión de la experiencia de viaje.

En términos generales y globales, según aumenta el acceso a la adquisición de productos y servicios turísticos y de paquetes de viajes, crece el número de proveedores y consecuentemente, la competitividad entre los mismos. Tal competencia es natural y puede ser buena al paso en que fomenta la calificación de empresarios y empleados para mantener y aumentar su participación en ese mercado, que es altamente dinámico.

Eso hace que los competidores del mercado turístico – ubicados en la ciudad de origen o en el propio destino de viaje – busquen índices de calidad, productividad y eficiencia comparable a sectores de la economía menos dependientes de la fuerza de trabajo humano y más ligados a las herramientas tecnológicas. Esa diferenciación sucede de modo

natural ya que la actividad turística es altamente dependiente tanto de calidad de atención al cliente como en relación a la percepción de que ese consumidor contraste con respecto al servicio prestado o del producto ofrecido.

Hay, entonces, una evolución cualitativa de la oferta cuantitativa de la demanda, que sucede paralelamente a una especie de refinamiento de la percepción de la demanda, entre otros factores, más calificada por cuenta de la cantidad de información y relatos de experiencia disponibles en la red mundial de computadoras, que limitan la formación de la percepción del consumidor. O sea, según se amplía el mercado consumidor – en múltiples segmentos – se incrementa, también, el nivel de exigencia acerca de oferta de servicios de hospitalidad.

Se considera que eso sucede por tres razones principales, la globalización de la economía aliada al proceso de valorización de las potencialidades y singularidades locales; la difusión de la información vinculada a la descentralización de la producción de esa información y de la consecuente formación de la opinión pública; y, finalmente, a la estrategia de segmentación de mercado, lo que posibilita estimar objetivos de consumo más específicos. Se verifica entonces, que las múltiples relaciones entre “visitantes” y “visitados” son fruto de una evolución del tiempo y de los tipos de interacción establecidos entre residentes, viajantes y el entorno en que suceden esos encuentros, en el caso estudiado comunidades de escasos recursos del municipio de Cubatão.

Ferreira, al comentar casos de vandalismo ocurridos en la ciudad de San Paulo, afirma que:

el sentido de pertenencia, de inquietud, en relación a los actos de vandalismo contra el patrimonio fue comprobado a fines de agosto, cuando ocurrió el robo de la placa de bronce del busto de Carlos de Campos. Los alumnos, inconformes, están en busca de formas para impedir un posible robo del busto en la entrada de la escuela, cuidando para evitar cualquier descaracterización del patrimonio y su depredación” (2006, p. 5).

La autora utiliza el término “inquietud”, que resume la percepción de la presente investigación acerca del asunto. Y no es necesariamente la insatisfacción, pero si el deseo particular de que el paisaje, sus significaciones y todos los elementos que componen el escenario local no sufran con la imposición de valores, usos y costumbres extraños, importados.

En lo que respecta a la experiencia de viaje, se verifica que ésta no se forma apenas a partir de percepciones del visitante sobre las estructuras físicas, los ambientes construidos y el patrimonio material. La percepción viene del vínculo entre el “visitante” y “visitado” es relevante en ese proceso, que es formativo y participativo, una vez que puede tener duración

umentada o disminuida conforme a la prorrogación o cierre del contacto con residentes del local visitado, en el caso de los viajes, por ejemplo. Además de eso, están las expectativas construidas con base en la proyección imaginada de una realidad deseada, que puede ser influenciada por el ya citado crecimiento de los medios y canales de comunicación.

El deseo creciente del turista envolverse con las singularidades de los locales visitados y las personas es parte integrante e indisoluble de ese proceso y puede ser verificado en números presentados por Leis (1998, p.15 a 43). En ese sentido, es pertinente la presentación de datos globales acerca de la construcción de la experiencia de viaje en contacto con el ambiente natural y la recreación al aire libre.

Se presenta en el tema a seguir el relato de experiencia sobre el circuito de visita al proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”, realizado en el municipio de Cubatão, localizado en la Región Metropolitana de la Bajada Santista, litoral del estado de San Paulo.

Caracterización del área estudiada: Cubatão, San Paulo, Brasil.

Panorama histórico

La primera referencia formal sobre la localidad data de 1533, cuando se dirigió el documento que formaliza la concesión a Rui Pinto, entre otras, sobre las tierras de la “Barra de Cubatão”.

La ciudad fue edificada en la base de la Sierra del Mar, que originalmente servía como punto de parada para las personas que accedían al altiplano paulista desde el litoral. Conforme a las informaciones de la Municipalidad de Cubatão (2013), para acceder a esa meseta, “en el inicio se seguía el camino de los indios Tupiniquins. Luego, a partir de 1560, a través del Valle del Rio Perequê (...). Y más tarde, en 1792, a través del “Camino de Lorena”, que se tornó en el principal camino entre el litoral y el altiplano”. Años después, en 1867, fue inaugurada la ruta de fierro que conecta ese accidente geográfico y el interior del estado de San Paulo, designada como “San Paulo Railway” (TORRES; JUNIOR; BORGES, 2002).

En el inicio del siglo XX tuvo inicio el proceso de industrialización del país y, en los años 1920, se iniciaron las obras de construcción de dos grandes industrias: San Paulo Light S.A. Servicios de Electricidad y fábrica de papel y celulosa Compañía Santista de Papel S.A. (denominada originalmente como Compañía Fabril de Cubatão), que inició sus operaciones en 1932. La segunda, motivó la creación de la villa Fabril, local donde viven los empleados que trabajan en la empresa.

En esa época se iniciaron las articulaciones locales para elevar Cubatão a condición de municipio, separando, así, la localidad de la administración de Santos. Después de años, en 1949, el distrito ganó la categoría de municipio y su primer intendente fue el Sr. Armando Cunha.

Actualmente, la región posee 1.625.000 habitantes, siendo que Cubatão tiene 125.178 (IBGE, 2013). Dos rutas estatales permiten ese tránsito tanto para vehículos de carga como para automóviles: la autopista Anchieta y la Inmigrantes, inauguradas respectivamente en 1947 y 1976, siendo que la segunda ganó su ampliación en el año 2002.

El municipio de Cubatão es sede de un polo industrial, en el cual operan veinte cuatro industrias. Dentro del panorama histórico presentado, es importante citar que del total de veinte y cuatro empresas, dieciocho fueron implantadas en el período entre 1955 a 1975, con inversiones fomentadas, esencialmente, por tres razones: la localización estratégica entre el Puerto de Santos, la capital y el interior del estado; la inauguración de la autopista Anchieta (1947) y, posteriormente, incentivos fiscales y la concesión de terrenos para la implantación de esas industrias.

En vista de la geografía propicia y la pujanza del polo industrial local, dos de esas industrias – Ultrafértil y Cosipa (actual Usiminas) – poseen terminales portuarios, donde reciben materia prima y embarcan productos acabados. Es posible inferir, entonces, que además de la generación de empleos, la concentración industrial propició la generación de resultados económicos y financieros relevantes para el municipio, ya que la recaudación tributaria se concentra en el impuesto sobre operaciones relativas a la circulación de mercaderías y sobre prestaciones de servicios de transporte interprovinciales, intermunicipales y de comunicación (ICMS), propio de las operaciones industriales.

El desempeño de las industrias locales y la modernización de servicios públicos abrieron camino para inversiones y parecerías en torno del ocio y del turismo. En ese sentido, la Administración, aplicó recursos en la reforma y modernización de un parque público municipal que se localiza en la región central de la ciudad. La inauguración del “Parque Anilinas” sucedió parcialmente en 2011 y, en el año siguiente, fueron entregadas las obras finales de esa área de ocio. En el discurso en ocasión de la ceremonia de inauguración, la por entonces intendenta, Márcia Rosa afirmó: “Estamos devolviendo al pueblo el orgullo de ser cubatense. Ese patrimonio es de ustedes, cuiden bien de él. Estamos dejando un legado para la ciudad, un parque a la altura de la grandeza de Cubatão”. Es posible percibir, el empeño del poder público local en proporcionar espacios públicos de ocio para la población residente y de visitantes, ya que el espacio recibe eventos artísticos y deportivos.

En ese mismo sentido, en lo que respecta a la administración pública de la actividad turística, Branco (1992, p. 77) dice que el “turismo [...] puede ser constructivo y enriquecernos culturalmente. La búsqueda de lugares tranquilos para el ocio y el aprendizaje es muy apreciado”. Y la ciudad, como espacio de diálogo y convivencia entre visitantes y visitados, debe ser administrada en el sentido de armonizar esas inter-relaciones (de hospitalidad).

En el tema a seguir se relata la experiencia de gestión y operación del circuito “Ateliê Arte nas Cotas”, iniciativa que se encuentra alineada con el buen momento económico de ciudad, que inicia inversiones en la promoción turística.

Relato de experiencia: circuito turístico “Ateliê Arte nas Cotas”

El proyecto “Ateliê Arte nas Cotas” integra el “Programa de Recuperación Socio ambiental de la Sierra del Mar”, nacida de una sociedad entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Gobierno del Estado de San Paulo por medio de la Compañía de Desarrollo Habitacional Urbano (CDHU), de la Fundación Florestal y de Policía Militar Ambiental. El objetivo del referido proyecto es elevar la autoestima de los habitantes y promover la construcción de una nueva identidad comunitaria.

El circuito del proyecto “Ateliê Arte nas Cotas” fue idealizado y concretado por Renato Marchesini, Guía de Turismo e Director de Proyectos de “Caçara Expedições”, agencia de viajes y turismo ubicada en la ciudad de San Vicente. Al descender a la Sierra del Mar, por la autopista Anchieta, el profesional se encontró con un colorido especial nas casas, muros y plazas de “Cota 200”, comunidad residente ubicada a la vera de la Sierra del Mar.

La idea de formación de un circuito de visitas por el local partió de esa percepción de esa intervención urbana – hasta entonces poco conocida – realizada por los alumnos del Ateliê, todavía en fase inicial de operaciones. Marchesini considera que “el turismo con base comunitaria es una propuesta que beneficia a las familias locales, tanto económicamente como en su autoestima”. Así, además de conocer puntos turísticos cubatenses, los visitantes pueden participar de una oficina para aprender la técnica de estencil, que es utilizada por los alumnos para dar color a sus casas. Por medio de un molde hecho con un papel o plástico, los alumnos crean diseños en las paredes, muros y plazas de las “cotas”, por medio de la combinación de colores y padrones.

Según Fernanda Saguas Tresas, coordinadora del proyecto, “será una alegría mostrar el trabajo social hecho en el Ateliê y en los otros proyectos del barrio. Incluir a los barrios Cota en un paseo por Cubatão es algo increíble, diferente”. El circuito se caracteriza por lo rico del patrimonio natural, histórico, arquitectónico, cultural y social local.

Las visitas a la sede del proyecto incluyen una presentación sobre la iniciativa, sus intervenciones artísticas en la comunidad de “Cota 200” y un taller práctico. Así, además del propio proyecto, son visitadas la Villa Fabril, el Largo del Sapo, el “Cruzeiro Quintentista” y el Parque Anilinas. Adicionalmente, son visitados a lo largo del trayecto: el Parque Estatal de la Sierra del Mar / Núcleo Itutinga-Pilões, la Usina Henry Borden y el polo industrial de la ciudad. Al llegar a “Cota 200” se realiza una parada en un mirador que está en una pequeña plaza conocida como Plaza de las “Mangueiras”, construida para la comunidad residente de donde es posible contemplar el encuentro de las dos pistas de la autopista Inmigrantes, la Anchieta, y, a lo largo, las ciudades de Cubatão, Santos, Guarujá, São Vicente y Playa Grande.

Es interesante citar la aceptación del proyecto. La señora Lucía Georgina Moura (comerciante local) afirma: “me encantó el colorido en mi comercio, el barrio está más alegre y con buena onda, muy buena esa iniciativa”. En el mismo sentido, la señora Fátima Maria Costa (alumna del proyecto) apunta que el proyecto “ayuda a formar un villa miseria, [que] es un pedazo de esta gente en esos dibujos. Queda más bonito”.

La turista Marli Cuzzo, después de haber apreciado las pinturas, el entorno, la comunidad y el paisaje, afirma que “Es la primera vez que visito una comunidad. Confieso que tenía recelo, pero cambié de idea, lo encontré interesante, lindo”.

En términos de resultados cuantitativos, se verifica que hasta el 2013, más de tres mil habitantes de la localidad ya adhirieron a los talleres ofrecidos gratuitamente pelo proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”. Adicionalmente, cerca de 60 personas se formaron en el curso de “Intervención en Arte Urbana”. Además de eso, se destaca que la implementación de proyectos como ese contribuye para la sustentabilidad urbanística, socioeconómica, ambiental y cultural de las intervenciones promovidas por la CDHU, pues el trabajo es basado en la construcción del pacto social preliminar como subsidio y apoyo a la intervención física urbanística y la organización comunitaria con desarrollo local.

Consideraciones finales

El proyecto “Ateliê Arte nas Cotas” es integrante de un amplio programa de recuperación socio ambiental regional. En ese sentido, podrá, inclusive, establecer nuevas relaciones y fortalecer relaciones comunitarias ya existentes entre otras comunidades semejantes. El trabajo fue organizado en tres áreas temáticas, siendo el primero sobre la convivencia y la cohabitación en la comunidad, donde se inserta la actividad turística y las relaciones de hospitalidad entre visitante y visitado. El segundo tema trató la cuestión de la competitividad empresarial con especial destaque para el segmento del

turismo. Se presentó en la tercer parte, un panorama histórico y datos socioeconómicos sobre la ciudad de Cubatão. Fue presentado, también el relato de experiencia de visitas al proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”.

Como resultados, se verificó que hay una alta adhesión de los habitantes locales, tanto participando de los cursos prácticos como autorizando la pintura de sus casas. Como se ha visto, hasta el 2013, mas de tres mil habitante de localidades ya adhirieron los talleres ofrecidos gratuitamente por el proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”.

Adicionalmente, cerca de 60 personas se formaron en el curso de “Intervención en Arte Urbana”. Fue posible constatar, la expresión del orgullo de los habitantes cuyas casas fueran coloridas por medio del proyecto, sobretudo, por que pasaron a recibir visitantes. Se concluye que, en este caso, el circuito promovido por la empresa “Caiçara Expedições” ayuda a valorizar a las personas al mismo tiempo que la iniciativa del proyecto “Ateliê Arte nas Cotas”, promueve la identidad cultural local, además de desmitificar y transformar la realidad socioeconómica local. Todo esto a través del turismo.

Bibliografia

A TRIBUNA. “Turistas visitam Cota 200 e Cubatão quer criar turismo comunitário”. Disponível em: <<http://www.tribuna.com.br/2.685/turistas-visitam-cota-200-e-cubat%C3%A3o-quer-criar-turismo-comunit%C3%A1rio-1.277559>>. Acesso em: 16 de junho de 2014.

BAUMAN, Zygmunt (2003). *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BRANCO, Samuel Murgel (1992). *A Serra do Mar e a baixada*. São Paulo: Moderna.

CAIÇARA EXPEDIÇÕES. “Roteiro Cultural apresenta uma nova face dos bairros cota de Cubatão”. Disponível em <<http://www.blogcaicara.com/2013/04/roteiro-de-turismo-comunitario-roteiro.html>>. Acesso em: 16 de junho de 2014.

CAIÇARA EXPEDIÇÕES. “Turismo com Base Comunitária Cota 200 / Cubatão (SP)”. Disponível em <<http://www.caicaraexpedicoes.com/antigo/produto.php?produto=242>>. Acesso em: 16 de junho de 2014.

CAIÇARA EXPEDIÇÕES. “Turismo Comunitário em Cubatão: Cota 200”. Disponível em <<http://www.blogcaicara.com/2013/04/turismo-comunitario-em-cubatao-cota-200.html>>. Acesso em: 16 de junho de 2014.

CANTARINO, Carolina (2007). “Onde está o patrimônio da cidade?” *Revista Eletrônica do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)*: nº6, janeiro/fevereiro.

CHIOZZINI, Daniel (2006). “Turismo cultural e educação patrimonial mais próximos”. *Revista Eletrônica do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)*: nº3, janeiro/fevereiro.

DIÁRIO DO LITORAL. “Cubatão entra no roteiro do Turismo Comunitário”. Disponível em <<http://www.diariodolitoral.com.br/conteudo/9351-cubatao-entra-no-roteiro-do-turismo-comunitario>>. Acesso em: 16 de junho de 2014.

GRINOVER, Lucio (2007). “A hospitalidade, a cidade e o turismo”. São Paulo: Aleph.

ENSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). “Cidades”. Disponível em <www.cidades.ibge.gov.br>. Acesso em: 10 de junho de 2014.

LARAIA, Roque de Barros (2008). *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

PENTO, Virgílio Noya (2003). “Comunicação e cultura brasileira”. São Paulo: Ática.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CUBATÃO. “Origem e desenvolvimento”. Disponível em < <http://www.cubatao.sp.gov.br/historia/origem-desenvolvimento/> >. Acesso em: 17 de junho de 2014.

SANTOS, Aristides Faria Lopes dos Santos (2010). “Construir, Habitar, Viajar: Reflexões acerca da relação comunicação-turismo comunitário”. (2010). En: PANOSSO NETTO, Alexandre, GAETA, Cecilia (orgs). Turismo de Experiência. São Paulo: Editora Senac São Paulo, p. 119-131.

SWARBROOKE, John (2002). Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental. 3ª Ed. São Paulo: Aleph.

OTRIGO, Luis Gonzaga Godoi (2009). Ascensão dos prazeres na sociedade atual: Turismo GLS. En: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes Reis. Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueri (SP): Manole.

UVENHA, Ricardo Ricci (2001). Juventude, lazer e esportes radicais. Barueri (SP): Manole.
WALL, Geoffrey (1997). Is ecotourism sustainable? Environmental Management: n° 4, vol.21, p.483-491.

WORLD WILDLIFE FUND (BRASIL) (2003). Sociedade e Ecoturismo: na trilha do desenvolvimento sustentável. São Paulo: Peirópolis.

YÁZIGI, Eduardo (2001). A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto.

O Turismo De Base Comunitária Como Vetor Do Desenvolvimento Local Em Assentamentos Da Reforma Agrária.

Plínio Guimarães de Sousa¹

Vanice Santiago Fragoso Selva²

RESUMO

*O artigo trata do relato de estudo em nível de doutorado que se encontra sendo desenvolvido no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, da Universidade Federal de Pernambuco-UFPE. A atuação dos pesquisadores através das atividades de extensão com o turismo de base comunitária em assentamentos da Reforma Agrária possibilitou o contato com as dificuldades que o referido programa, no Brasil, vem enfrentando para atingir seus objetivos. Tais problemas tem tornado os assentamentos já implantados, especialmente na região nordestina do Brasil, pouco produtivos, com baixa rentabilidade para os assentados e, conseqüente, baixa qualidade de vida, os levando de volta, em muitas ocasiões, à situação de trabalhadores rurais. Vislumbrou-se então a possibilidade do início de uma nova e inédita pesquisa, construída a partir do seguinte questionamento: **como promover o desenvolvimento local em assentamentos da reforma agrária tendo o turismo de base comunitária como vetor?** Partindo-se da hipótese principal do estudo de que se pode promover o desenvolvimento local em assentamentos da reforma agrária a partir dos desdobramentos da atividade turística de base comunitária, foi definido como objetivo geral do estudo a análise das possibilidades do turismo de base comunitária no processo de desenvolvimento local de assentamentos da reforma agrária no Nordeste brasileiro. Quanto ao problema a pesquisa está sendo desenvolvida através de uma abordagem quali-quantitativa. Quanto aos seus objetivos optou-se por uma abordagem descritiva-explicativa e exploratória. Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, serão utilizadas as técnicas da pesquisa bibliográfica, documental, comparativa, análise do conteúdo, a observação assistemática e o levantamento, além de registros em vídeo, foto e áudio, e da realização de entrevistas e aplicação de questionários semiestruturados, utilizando-se os softwares livres PSCP e IRAMUTEQ para as análises estatísticas.*

Palavras chave: Turismo de base comunitária, reforma agrária, desenvolvimento local, sustentabilidade.

1 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal de Pernambuco e professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco. E-mail: plinio@barreiros.ifpe.edu.br

2 Professora Doutora do Departamento de Ciências Geográficas da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: vanice.selva@gmail.com

INTRODUÇÃO

As contradições e conflitos relativos às questões agrárias no Brasil não são recentes, desde a época da colonização portuguesa o tema é discutido, haja vista a estrutura fundiária em nosso país ter sido disseminada de forma injusta. Joaquim Nabuco já tratava da necessidade da “democratização do solo” no período do Império, quando discutia a urgência do processo abolicionista e da redenção das populações nativas (Freire, 1977). Estes conflitos e contradições se materializam através da antagonia entre o latifúndio de um lado, hoje representado principalmente pelo agronegócio, e a agricultura familiar de outro, representada por pequenos proprietários rurais, assentados, posseiros, meeiros, etc.

Uma breve análise dos dados referentes a disponibilização de recursos orçamentários por parte do Governo Federal para os planos de safra 2011/2012, tanto para o agronegócio, através do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), quanto para a agricultura familiar, através do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), especialmente no que se refere aos recursos do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) - principal linha de crédito para a agricultura familiar, demonstram em que nível de competitividade se encontra este antagonismo. Foram disponibilizados, respectivamente, R\$ 107 bilhões e R\$16 bilhões para cada Ministério, embora, a produção bruta anual de ambos segmentos da agricultura não reflitam proporcionalmente tais investimentos. Segundo dados do Censo Agropecuário de 2006, a produção bruta anual do agronegócio naquele ano representou 62% da produção total da agricultura brasileira, enquanto que a produção da agricultura familiar, utilizando apenas 24% da área total agricultável, representou 38% da produção total, contra 76% de utilização da área total agricultável utilizada pelo agronegócio.

Embora estas discrepâncias entre o agronegócio e agricultura familiar sejam historicamente preocupantes, e motivo de agravamento das dificuldades para viabilização dos assentamentos da reforma agrária (base fundamental para o fortalecimento da agricultura familiar), o processo de redemocratização do país trouxe um alento para a perspectiva de diminuição destas discrepâncias. Os movimentos sociais fizeram ressurgir a luta pela terra com a intensificação das ocupações e os acampamentos, inclusive com a criação do Movimento dos Sem Terra (MST), estabelecendo-se a reforma agrária, e conseqüentemente a agricultura familiar, na agenda pública do país (Carter, 2010). No entanto, “o processo de reforma agrária no Brasil de 1985 a 2002 foi um dos menos significativos do hemisfério” (Carter, 2010, p. 49).

Sem muitas novidades nos Governos pós-redemocratização de Sarney, Collor, Itamar e FHC, o Governo Lula, através do II Plano Nacional de Reforma Agrária – II PNRA, coordenado por Plínio de Arruda Sampaio, “estipulou a meta de assentamento de um milhão

de novas famílias em áreas de reforma agrária, para o período de 2003 a 2007” (Gomes, 2012, p. 77). Na prática o que se verificou nos Governos Lula e Dilma, sua sucessora, foi um distanciamento cada vez maior da reforma agrária da agenda política governamental. Como resultado deste distanciamento, “em 2011 – o primeiro ano do governo Dilma – o índice de assentamentos da reforma agrária foi o mais baixo dos últimos 16 anos – apenas 22.021 famílias” (Gomes, 2012, p. 89). Estas dificuldades enfrentadas pela reforma agrária tem tornado os assentamentos já implantados pouco produtivos, com baixa rentabilidade para os assentados e, conseqüente, baixa qualidade de vida (Kato & Hamasaki, 2008), levando os assentados a desistência da agricultura familiar, voltando, na maioria das vezes, à dependência do “patrão provedor”. A inviabilização da reforma agrária brasileira, especialmente na região nordestina, torna as comunidades tradicionais desta região ainda mais vulneráveis aos impactos socioambientais do modelo hegemônico capitalista, abrindo-se espaço para o domínio do agronegócio ou de outras atividades econômicas altamente impactantes, como o turismo de massa.

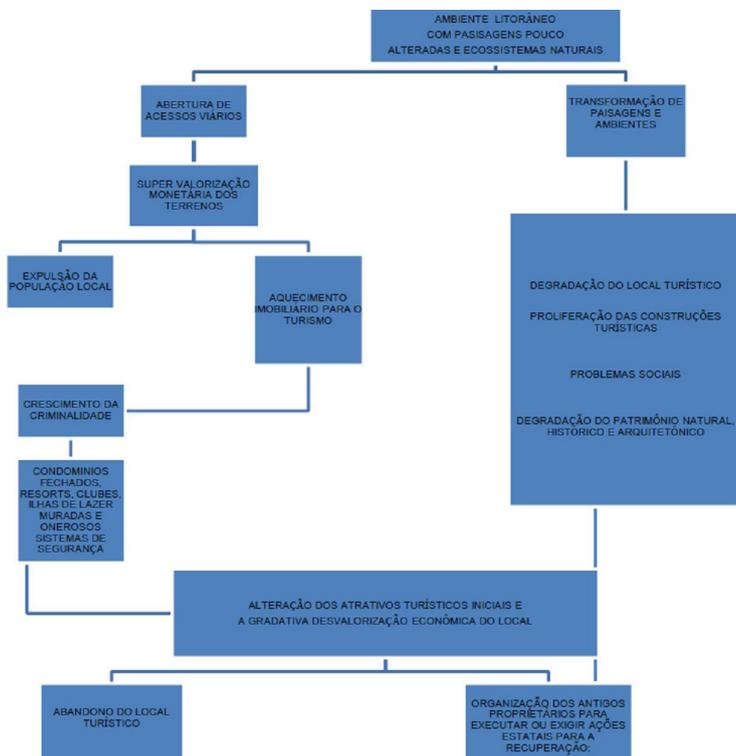
Assim como o agronegócio, no Brasil, a atividade turística também tem sido constantemente apresentada como a grande “salvadora da pátria” de comunidades aonde o desenvolvimento não chegou através de fábricas, indústrias e onde se instalaram muitos problemas socioambientais (Sousa, 2010). Na região Nordeste, alardeada aos quatro cantos como a “Cancun Brasileira”, a força da atividade turística como instrumento de desenvolvimento torna-se ainda maior, principalmente pelos baixos indicadores sociais, pelo extraordinário potencial natural, localização geográfica, clima, e até pela natural hospitalidade, tão característica dos habitantes desta região (Sousa, 2010).

Segundo Cruz (2000, p. 152), esta “apologia ao turismo como possível vetor de desenvolvimento econômico regional tem levado localidades litorâneas do Nordeste a optar por investimentos no setor em detrimento de outras eventuais alternativas econômicas, que incluem os setores primário (principalmente a agricultura) e secundário”. No entanto, esta opção não tem promovido o desenvolvimento local nas comunidades litorâneas do Nordeste brasileiro. Na verdade pesquisas desenvolvidas nestas comunidades, após a implantação de complexos turísticos e o desenvolvimento da atividade turística, têm demonstrado que, juntamente com o desenvolvimento econômico, a situação socioambiental tem sofrido reveses, como pôde ser observado por Couto (2003), em pesquisa realizada após a implantação do Complexo Turístico Costa do Sauipe, na Bahia. Aquela pesquisadora identificou diversos impactos socioambientais negativos, tais como: a imigração, o aumento do custo de vida, a prostituição, o crescimento do consumo e tráfico de drogas, e a degradação do meio ambiente.

Todavia, os preocupantes impactos promovidos na zona costeira nordestina pelo processo de turistificação¹ desta área não tem sido suficiente para reverter esta lógica insustentável.

¹ Para Almeida (1999, p. 20) “a turistificação é o processo de apropriação do lugar para e pelo turismo”.

O que se constata é que as políticas públicas brasileiras tem favorecido o processo de urbanização da zona costeira nordestina através do desenvolvimento da atividade turística convencional, de massa, especialmente por meio da implantação de resorts ou CTIs¹ em comunidades tradicionais de forma intensiva (Sousa, 2010). O Prodetur/NE² é um dos programas resultantes deste modelo de políticas públicas brasileiro voltados para o desenvolvimento da atividade turística tradicional. Para Marcelino (2001), esse modelo de desenvolvimento baseado na turistificação do espaço configura-se em uma forma de segregação social, já que expulsa as populações nativas de seus locais de assentamento original, ao mesmo tempo em que, em um primeiro momento, produz reservas artificiais para atender as necessidades dos turistas e novos residentes, promovendo um “turismo em guetos” (Silveira, 2004) ou “ilhas de auto-suficiência” (Andrade, 2001), conduzindo, posteriormente, o destino explorado a um processo gradativo de degradação socioambiental e desvalorização (figura 1).



1 Conglomerados que unem resorts, residências, campos de golfe, marinas e outros equipamentos de lazer em um só produto turístico (Sousa, 2010, p. 27).

2 Foi criado em 1991, a partir da orientação de organismos internacionais como o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), seguindo o modelo neoliberal. Em sua primeira fase foram investidos cerca de US\$ 670 milhões. Na segunda fase a previsão é de que tenham sido investidos cerca de US\$ 800 milhões (BNB, 2009).

Constata-se, portanto, que as políticas públicas adotadas para o desenvolvimento da região Nordeste do Brasil tem sido forjadas atendendo aos ditames do capital, incapazes, conseqüentemente, de diminuir o abismo social que há nesta região, e promover de fato um processo de desenvolvimento local sustentável das comunidades tradicionais nordestinas. Contudo, paralelamente a este movimento de desenvolvimento forjado a partir da lógica capitalista, surgem em diversas partes do mundo, e em todas as regiões brasileiras, formas alternativas de desenvolvimento da atividade turística, baseadas em princípios de fato sustentáveis. Dentre estas formas, o turismo de base comunitária tem conseguido promover resultados importantes no processo de desenvolvimento local aonde tem sido implantado, especialmente em pequenas comunidades de regiões carentes de recursos financeiros e qualidade de vida e ricas em patrimônio natural e cultural.

A atuação dos pesquisadores através das atividades de extensão com o turismo de base comunitária em assentamentos da reforma agrária, desde 2011, possibilitou além do contato com as dificuldades que o referido programa vem enfrentando para atingir seus objetivos, especialmente na região nordestina, quanto com resultados positivos promovidos pelo turismo de base comunitária, que sinalizam a possibilidade de que possa promover o desenvolvimento local em assentamentos da reforma agrária tendo o TBC como vetor.

MARCO TEÓRICO

Segundo Richardson (2009, p. 60), é nesta etapa do projeto que o pesquisador deverá “realizar uma interpretação do fenômeno, historicamente ou apenas na fase atual, analisando criticamente as diversas concepções e perspectivas apresentadas”. Desta forma, diante da problematização da pesquisa, a revisão de literatura foi fundamentada a partir de três temas centrais: desenvolvimento local, reforma agrária e turismo de base comunitária. A interpretação do desenvolvimento local como um fenômeno social envolve também a questão do desenvolvimento em sua visão mais ampla, a partir do entendimento de que só há desenvolvimento se houver sustentabilidade, em todas as suas dimensões.

Neste sentido, Foladori (2005) afirma que o conceito de sustentabilidade, associado ao conceito de desenvolvimento sustentável, inclui não apenas legar para gerações futuras um mundo material igual ou melhor que o atual, mas também uma igualdade nas relações entre as gerações atuais. Sob a perspectiva de uma abordagem conceitual de desenvolvimento como um processo de expansão das liberdades das pessoas, Sen (2000) considera que esta expansão deve ser um fim primordial e o principal meio do desenvolvimento, ou seja, os papéis constitutivo e instrumental da liberdade no desenvolvimento. Para este autor, uma visão equivocada de desenvolvimento, que se contrapõe a esta, é do desenvolvimento como “processo feroz, com muito sangue, suor e lágrimas” (Sen, 2000, p. 51). Esta visão estreita é baseada em crescimento do PIB ou da industrialização, incompatível, portanto com modelos de desenvolvimento local.

Buarque (2006), trás para a conceituação do desenvolvimento sustentável a importância do desenvolvimento local. Segundo Buarque (2006, p. 27), “o local não é sustentável se não encontrar espaços de competitividade e depender, de forma continuada e persistente, de subsídios e transferência de fora da região”. Desta forma, considera-se neste estudo o desenvolvimento local como “aquele realizado em pequenos lugares, de forma participativa, levando à mudanças socioestruturais, com caráter endógeno” (Coriolano, 2003b, p. 338).

Outra categoria de análise presente no estudo é a reforma agrária. Para Brum, a reforma agrária é a intervenção do Estado, de forma deliberada, no setor agrícola, visando a modificação da estrutura agrária de um país, tendo como objetivo final a distribuição mais equitativa da terra e da renda agrícola (Brum, 1988, p. 13). No entanto, no Brasil, segundo Carter (2010), o processo de reforma agrária é um dos menos significativos, estando classificado em último lugar, durante o século XX, entre 17 países latino-americanos analisados pelo autor. Neste século, depois de um período de evolução nos primeiros anos, a situação da reforma agrária brasileira vem sofrendo reveses. Em 2011, o primeiro ano do governo Dilma, apenas 22.021 famílias foram assentadas no país, resultando no mais baixo índice de assentamentos da reforma agrária dos últimos 18 anos. Para Carter, no início do século XXI, “a reforma agrária continua sendo parte de uma conversação complexa e contenciosa sobre o futuro do Brasil – suas promessas e necessidades, seus temores e sonhos” (Carter, 2010, p. 71).

Observa-se, todavia, que a reforma agrária brasileira vem refletindo o movimento do conjunto de problemas inerentes ao processo desigual e contraditório das relações capitalistas de produção (Fernandes, 2001, p.23). Para Fernandes (2010), a reforma agrária não deve se prestar ao negócio, pois “ela é um processo político muito mais amplo, não está resumida à dimensão econômica, assim como o desenvolvimento, a reforma agrária é multidimensional” (Fernandes, 2010, p.4). Na verdade, as dificuldades enfrentadas pelo Programa de Reforma Agrária brasileiro, nascem da própria lógica que o criou. Segundo Sauer (2010), a política agrária brasileira foi desenvolvida baseada no mercado, através da “reforma agrária assistida pelo mercado” (market-assisted land reform ou RAAM), concebida e impulsionada pelo Banco Mundial (BIRD), a partir de empréstimos do próprio banco. Para Sauer (2010), “a natureza socialmente regressiva da RAAM, à luz dos resultados empiricamente constatados em diversos países (...) evidencia a relação intrínseca entre a RAAM e a sua matriz política – a reestruturação capitalista neoliberal” (Sauer, 2010, p. 588).

A terceira categoria de análise presente no projeto é o turismo de base comunitária. Para Coriolano (2003), o mesmo pode ser conceituado como aquele que é desenvolvido pelos próprios moradores de um determinado lugar, que se tornam os articuladores e os cons-

trutores do arranjo produtivo local, ficando a renda e o lucro na própria comunidade, contribuindo de forma significativa para melhoria da qualidade de vida da mesma. Essa visão é corroborada por Zaoual (2008), em sua teoria do turismo situado, contrapondo-a ao modelo de turismo de massa, predominante nas experiências do desenvolvimento econômico dos países industrializados e dos países do Hemisfério Sul. Entendimento similar tem o Ministério do Turismo ao definir o turismo de base comunitária como:

O turismo de base comunitária é compreendido como um modelo de desenvolvimento turístico, orientado pelos princípios da economia solidária, associativismo, valorização da cultura local, e, principalmente, protagonizado pelas comunidades locais, visando à apropriação por parte dessas dos benefícios advindos da atividade turística (MTur, 2008).

Para Maldonado (2009), um fenômeno recente vem ocorrendo na atividade turística na América Latina envolvendo a ruralidade, denominado por ele de Turismo Rural Comunitário (TRC), com as primeiras incursões em comunidades isoladas em meados dos anos de 1980. Na verdade, a tipologia adotada por Maldonado é mais uma das diversas denominações adotadas pelos os estudiosos para nomear o turismo de base comunitária. Conforme Maldonado, este modelo combina atributos originais e autênticos, sem perder a sua essência, resultando em “um turismo com selo próprio”.

Conforme Zaoual (2008), novas tendências de consumação turística têm surgido em virtude de uma crise do paradigma e das práticas clássicas do turismo em geral, abrindo caminho para novas aproximações, dentre elas o que ele denomina de turismo situado. Para Zaoual (2008), um dos princípios desta teoria consiste na postulação de uma mudança econômica consistente e durável de um território dado, pressuposta a partir da tomada do senso comum partilhado pelos atores da situação.

Em virtude dessas novas tendências mencionadas por Zaoual, diversos autores em todo o mundo têm buscado abordar a relação entre o turismo e as comunidades locais receptoras. Conforme Sansolo e Bursztyn (2009), estes estudos são resultados de experiências em países como Peru (Mitchell & Reid, 2001), Nova Zelândia (Horn & Simons, 2002), Turquia (Tosun, 2006), Vietnam (Rugendyke & Thi Son, 2005), Canadá (Koster & Randall, 2005), Israel (Mansfeld & Jonas, 2006), dentre outros. No Brasil já existe um considerável número de pesquisadores abordando a temática do turismo de base comunitária, seja na zona urbana ou rural, inclusive com a realização de eventos científicos exclusivos para esta temática.

Todavia, embora as publicações acadêmicas resultantes destes trabalhos evidenciem uma grande diversidade de conceitos e denominações para o turismo de base comunitária, nota-se em todas elas convergências de características. Segundo Sansolo e

Bursztyn (2009), as principais semelhanças e aproximações referem-se aos “componentes de conservação ambiental e valorização da identidade cultural (...), bem como a geração de benefícios diretos para as comunidades receptoras” (Sansolo & Bursztyn, 2009, p. 147).

OBJETIVOS

Partindo-se da hipótese principal do estudo de que se pode promover o desenvolvimento local em assentamentos da reforma agrária a partir dos desdobramentos da atividade turística de base comunitária, foi definido o seguinte objetivo geral do estudo:

- Analisar possibilidades do turismo de base comunitária no processo de desenvolvimento local de assentamentos da reforma agrária no Nordeste brasileiro.

Para que o objetivo geral possa ser atingido foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar assentamentos da reforma agrária, no Nordeste brasileiro, onde há a ocorrência da atividade turística, convencional ou de base comunitária, bem como as práticas e resultados;
- b) Comparar as práticas e resultados do turismo convencional e do turismo comunitário nos assentamentos;
- c) Identificar programas e políticas públicas disponíveis para região Nordeste, aplicáveis aos assentamentos da reforma agrária;
- d) Construir, a partir de metodologias de avaliação de sustentabilidade existentes, uma metodologia própria para avaliação de desenvolvimento local em assentamentos da reforma agrária.

METODOLOGIA

O estudo segue uma tendência interdisciplinar, trazendo em seu corpo teórico diferentes contribuições de vários ramos do conhecimento científico, permitindo inclusive contribuições oriundas dos saberes tradicionais. Desta forma, quebrando paradigmas, pode ocorrer ao longo da pesquisa a ausência de detalhes característicos da suposta “ciência 13”

RESULTADOS ESPERADOS

Ao analisar possibilidades do turismo de base comunitária no processo de desenvolvimento local em assentamentos da reforma agrária, a pesquisa pretende comprovar a hipótese inicial de que o turismo de base comunitária pode ser o vetor para melhoria da produtividade e aumento da renda familiar dos assentados da Reforma Agrária brasileira, contribuindo para promoção de programas e políticas públicas voltadas para a viabilização dos assentamentos da reforma agrária do Brasil, revertendo, desta forma, o preocupante quadro em que se encontra o referido programa, ao mesmo tempo em que irá possibilitar reflexões para o planejamento do turismo em assentamentos de reforma agrária.

Espera-se ainda que ao ser concluída a pesquisa tenha produzido conhecimento científico inédito que venha contribuir com a construção de um modelo inovador de desenvolvimento local para os assentamentos da reforma agrária a partir dos resultados produzidos, haja vista que dentre seus objetivos o estudo pretende desenvolver uma metodologia própria de avaliação de desenvolvimento local em assentamentos da reforma agrária.

A publicação e divulgação dos resultados permitirá ainda reflexões a partir de análises comparativas entre as práticas e resultados de modelos turísticos desenvolvidos ou em desenvolvimento em assentamentos, relacionando-os às políticas públicas e programas voltados para estes assentamentos.

Ao envolver alunos bolsistas e voluntários dos cursos tecnológicos e técnicos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - IFPE Campus Barreiros, do qual um dos pesquisadores é professor, o projeto irá despertar e desenvolver nestes alunos o espírito empreendedor e uma visão crítica quanto aos modelos de desenvolvimento predominantes nos assentamentos da reforma agrária, especialmente em relação a atividade turística, além de introduzi-los no universo da pesquisa. Como consequência, os referidos alunos também vislumbrarão a possibilidade de produzir cientificamente, fortalecendo o tripé ensino, pesquisa e extensão do IFPE.

Por fim, espera-se que a Tese de Doutorado seja construída confirmando a hipótese inicial levantada a partir da problemática da pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo trata do relato de estudo em nível de doutorado que se encontra sendo desenvolvido no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Reflete o caráter de integração entre algumas

posturas dos autores em relação às questões de desenvolvimento, meio ambiente e prática acadêmica através do ensino, pesquisa e extensão. Trata-se do relato de um estudo que necessita de uma forte integração com as comunidades investigadas, e que procura dar significado e contextualização às informações recolhidas em campo e em trabalhos de gabinete, buscando contribuir com a reversão do preocupante quadro em que se encontra os assentamentos da reforma agrária no Brasil, em especial na região nordestina, a partir do desenvolvimento da atividade turística de base comunitária.

Embora o estudo ainda esteja sendo desenvolvido, as experiências com o turismo de base comunitária identificadas em países como Peru, Nova Zelândia, Turquia, Vietnam, Canadá, Israel, Costa Rica, dentre outros, aliadas aos exitosos exemplos ocorridos em diversas comunidades em todas as regiões do Brasil, apontam para a confirmação da hipótese inicial do estudo. A despeito destas experiências não serem resultado do desenvolvimento da atividade turística de base comunitária em assentamentos da reforma agrária e não haver ainda estudos concluídos e publicados relativos a hipótese inicial do estudo objeto deste artigo, os resultados obtidos desde 2011 com os projetos de extensão desenvolvidos pelos pesquisadores no Assentamento Bom Jardim, em Barreiros/PE, apontam para a viabilidade da proposta.

As semelhanças e convergências de características tais como os componentes de conservação ambiental, valorização da identidade cultural, e geração de benefícios diretos para as comunidades receptoras da atividade turística de base comunitária demonstram que a ocorrência da mesma em assentamentos da reforma agrária poderá ser o vetor para o desenvolvimento local nestas comunidades assentadas, possibilitando, desta forma, uma alternativa viável ao programa da reforma agrária brasileiro.

Finalizando, os resultados esperados do projeto ora relatado criam a possibilidade, através da contribuição para a construção de um modelo de desenvolvimento da atividade turística de base local em assentamentos da reforma agrária, da viabilização de atividades produtivas sustentáveis, formação de uma rede de solidariedade e comportamento recíproco nestes assentamentos, permitindo que os valores sociais e culturais sejam partilhados, melhorando a qualidade de vida dos assentados, atendendo, portanto, ao objetivo de impactar socialmente dos projetos de pesquisa nas ciências humanas e sociais.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, M.G. (1999). *Cultura: invenção e construção do objeto turístico*. Espaço aberto 3 - Turismo e Formação Profissional. Fortaleza: AGB-Seção Fortaleza.

ANDERAOS, A (2005). Turismo residencial e seus impactos socioambientais: estudo de caso: Riviera de São Lourenço. 2005. 131 f. *Dissertação (Mestrado em Sistemas Integrados de Gestão)*. Centro Universitário SENAC, São Paulo.

ANDRADE, M.C. (2001). Espaço e tempo na agroindústria canavieira de Pernambuco. *Estudos Avançados*, São Paulo, v.15, n.43, set./dez.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL (2009). Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR). Disponível em: <<http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Apresentacao/gerados/apresentacao.asp>>. Acesso em: 14 nov. 2009.

BRUM, A.J. (1988). *A reforma Agrária e política agrícola*. Ijuí: UNIJUI Editora.

BUARQUE, S.C. (2006). *Construindo o desenvolvimento local sustentável: Metodologia de planejamento*. 3. ed. Rio de Janeiro: Garamond.

CARTER, M. (org.) (2010). *Combatendo a desigualdade social: o MST e a reforma agrária no Brasil*. [tradução de Cristina Yamagami], São Paulo: Editora UNESP.

CORIOLOANO, L. N. M. T. (2002). O ecoturismo e os hóspedes da Natureza. In: BARRETTO, M., TAMANINI, E. (orgs). *Redescobrimo a ecologia no turismo*. Caxias do Sul: EDUCS, p.35-59.

CORIOLOANO, L.N.M.T. (2003). O Desenvolvimento voltado às Condições Humanas e o Turismo Comunitário. In Coriolano, L.N.M.T., Lima, L.C. (Orgs.) *Turismo comunitário e responsabilidade Socioambiental*. Fortaleza: EDUECE, p.26-44.

COUTO, R. da C. (2003). Impacto social do turismo: os impactos causados pela hotelaria nas comunidades locais. Estudo de caso: Complexo Costa do Sauípe. 2003. 101 f. *Monografia (MBA em Turismo, Hotelaria e Entretenimento)* - Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro.

CRUZ, R.de C. (2000). Política de Turismo e Território. São Paulo: Contexto.

- FREYRE, G. (1977). Introdução. In: Nabuco, J. *O Abolicionismo*. 4ª ed. Petrópolis:vozes.
- FERNANDES, B. M. (2001). *Questão agrária, pesquisa e MST*. São Paulo, Cortez.
- FOLADORI, G. (2005). *Por una sustentabilidad alternativa*. Editora Colección Cabichui, Uruguai.
- GOMES, R.M. (2012). Reforma agrária e segurança alimentar no Brasil: reflexões no contexto das políticas públicas sociais. 2012. 288 f., il. *Tese (Doutorado em Política Social)*—Universidade de Brasília, Brasília.
- HORN, C.; SIMMONS, D. (2002). Community adaptation to tourism: Comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. In: *Tourism Management*, v. 23, p. 133-143.
- KATO, R., HAMASAKI, C.S. (2008). Avaliação do Processo de Reforma Agrária na Zona da Mata de Pernambuco: sucessos e insucessos das experiências dos assentamentos. In: *XLV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural-sober*, Londrina: SOBER.
- KOSTER, R.; RANDALL, J. E. (2005). Indicators of community economic development through mural-based tourism. In: *The Canadian Geographer*, v. 49, n. 1, p. 42-60.
- MALDONADO, C. (2009). O turismo comunitário na América Latina: gênese, características, e políticas. In: BARTHOLO, R., SAN SOLO, D. G., BURSZTYN, I. (Orgs). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem.
- MANSFELD, Y., JONAS, A. (2006) Evaluating the socio-cultural carrying capacity of rural tourism communities: a ‘value stretch’ approach. In: *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, v. 97, issue 5, p. 583-601.
- MARCELINO, A.M.T. (2001). O turismo e sua influência na ocupação do espaço litorâneo. In: Rodrigues, A.A. B. (Org.). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 3.ed. São Paulo: Hucitec.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. (2008). *Chamada Pública MTUR n. 001/2008 – Apoio às iniciativas de turismo de base comunitária*. Brasília.
- MITCHELL, R. E., REID, D. G. (2001). Community integration: Island tourism in Peru. In: *Annals of Tourism Research*, v. 28, n. 1, p. 113-39.

Comprendiendo los impactos del turismo sobre el patrimonio cultural desde la comunidad. La experiencia del Barrio Yungay de Santiago y del Cerro Alegre-Concepción de Valparaíso. Chile.

Dr. Manuel Ramón González Herrera¹

MSc. Miguel García Corrales²

C. Dr. Pablo Soriano Fuenzalida³

Lic. María José Solís Pérez⁴

Lic. Juan Luis Delgado Ulloa⁵

Resumen

La investigación presenta el estudio de los impactos percibidos del turismo sobre el patrimonio cultural en destinos urbanos polivalentes. El objetivo general es identificar los impactos del turismo sobre el patrimonio cultural en los Barrios Yungay de Santiago y Cerro Alegre – Concepción de Valparaíso mediante la percepción de la población local con el propósito de proponer estrategias participativas orientadas al control de los efectos generados por la puesta en valor turístico del espacio urbano. Se basa en la aplicación de una metodología cualitativa fundamentada en los principios de la investigación-acción-participación, la cual permitió una evaluación rápida de los impactos percibidos del turismo con la participación de la población local y la técnica de grupos de discusión e informantes clave. La conformación de la metodología se estructura mediante un estudio piloto orientado a identificar y fundamentar las percepciones de la población seleccionada de los espacios urbanos objeto de estudio en Santiago y Valparaíso con respecto al patrimonio cultural de uso turístico, cuyo fin fue recomendar la incorporación de estas experiencias a los procesos de toma de decisiones. Los resultados se ofrecen como evidencia empírica de la percepción social del patrimonio cultural de cada espacio urbano frente al desarrollo del turismo.

Palabras claves: turismo, impactos, patrimonio, comunidad, gestión.

-
- 1 Investigador externo, Instituto del Patrimonio Turístico. Universidad Central de Chile.
 - 2 Investigador, Instituto del Patrimonio Turístico. Universidad Central de Chile.
 - 3 Investigador, Instituto del Patrimonio Turístico. Universidad Central de Chile.
 - 4 Investigador, Instituto del Patrimonio Turístico. Universidad Central de Chile.
 - 5 Investigador, Instituto del Patrimonio Turístico. Universidad Central de Chile.

Marco Teórico

El análisis relativo a esta problemática se fundamenta en el estudio y sistematización del aparato conceptual que refleja las relaciones entre el patrimonio cultural y el desarrollo turístico, lo cual constituye la premisa para la interpretación de los impactos generados y su proceso de evaluación. Al respecto, se reconoce que los impactos adversos consecuentes de las injustas relaciones entre la puesta en valor del patrimonio y el turismo acaparan en la actualidad la atención de especialistas y la comunidad general (González, 2010).

La construcción del marco teórico de la investigación parte del reconocimiento de que en la literatura científica es bastante aceptado el hecho de que el crecimiento sostenido del turismo ajustado a diferentes modelos y estilos de desarrollo ha generado efectos múltiples de carácter primario -cambios- y de carácter secundario -impactos- provocados por las acciones derivadas de dicho desarrollo (Vera, et al., 1997; González, 2010).

Estas relaciones han dado lugar a la denominada *cadena de impacto*, en la cual se integran los tres elementos fundamentales antes citados, es decir, *acción-cambio-consecuencias* (González, 2004; 2006; 2010). Tal conceptualización es asumida en la presente investigación como filosofía de pensamiento para la interpretación de los impactos del turismo sobre el patrimonio cultural.

Para facilitar tales propósitos se han desarrollado *sistemas de indicadores de impactos del turismo* sobre las comunidades locales, los cuales ofrecen información de carácter cuantitativo-cualitativo con relación a los impactos generados por la implantación del modelo de desarrollo turístico, permitiendo identificar los efectos benéficos y adversos que resultan para los destinos turísticos a partir de las múltiples dependencias que se derivan de las interacciones turista - destino local. La OMT apunta que *“los indicadores proporcionan la información necesaria para comprender mejor los vínculos y los impactos del turismo con respecto al entorno cultural y natural en el que se desenvuelve la industria y del que es ampliamente dependiente”* (OMT, 1997).

Objetivos

La investigación aborda el estudio de los impactos percibidos del turismo sobre el patrimonio cultural en destinos urbanos polivalentes. El objetivo general es identificar los impactos del turismo sobre el patrimonio cultural en los Barrios Yungay de Santiago y Cerro Alegre – Concepción de Valparaíso mediante la percepción de la población local con el propósito de proponer estrategias participativas orientadas al control de los efectos generados por la puesta en valor turístico del espacio urbano.

Metodología

Se basa en la aplicación de una metodología cualitativa fundamentada en los principios de la investigación-acción-participación. En correspondencia con la misma se implementan métodos de investigación de los niveles empírico y teórico; así dentro de los métodos de estudio se utilizan la revisión bibliográfica, la observación participante, las entrevistas de profundidad con actores claves, las encuestas, trabajos grupales, y el estudio de casos. Para el desarrollo de la investigación se aplica una metodología comprensiva que permite la evaluación rápida de los impactos percibidos del turismo con la participación de la población local y la técnica de grupos de discusión e informantes clave. La conformación de la metodología se estructura mediante un estudio piloto orientado a identificar y fundamentar las percepciones relativas al patrimonio cultural de uso turístico en la población seleccionada de los espacios urbanos objeto de estudio en Santiago y Valparaíso, con el fin de recomendar la incorporación de estas experiencias a los procesos de toma de decisiones. Los resultados obtenidos mediante la implementación de la misma se ofrecen como evidencia empírica de la percepción social del patrimonio cultural de cada espacio urbano frente al desarrollo del turismo.

En cada uno de los espacios urbanos estudiados se conformaron tres (3) grupos de discusión –seis en total- en los que participaron entre 10 y 12 personas, las cuales fueron identificadas como actores locales correspondientes a los ámbitos denominados en el estudio “Especialistas en Patrimonio y Turismo”, “Empresarios locales” y “Población residente de forma permanente en el barrio”.

La identificación de estrategias de gestión turística del patrimonio cultural local es reflejo de estructuras barriales caracterizadas por una singular conformación de su tejido social, son portadoras de un favorable nivel de cohesión, crítica y participación ciudadana a favor del patrimonio cultural. Concentran la atención de sus propuestas en la conformación de un modelo de turismo alternativo, no masivo, basado en el contenido cultural de ambos escenarios, en el que se preste mayor atención a las políticas, estrategias, planes e instrumentos de gestión integrada del destino, buscando sinergias entre todos los actores. Esto corrobora que la comunidad constituye un grupo con importantes saberes y bases para el trabajo que deberá materializarse.

La valoración del uso turístico del patrimonio cultural refleja un matiz marcadamente diferenciado en el que los grupos estudiados en el Barrio Yungay son muy reticentes ante el desarrollo del turismo, abogando por un barrio patrimonial para la propia comunidad que invita al visitante foráneo a conocerlo, frente a un Barrio en Valparaíso acostumbrado al uso turístico de su patrimonio cultural, pero muy preocupado por el mejoramiento del actual modelo de desarrollo turístico urbano con el fin de potenciar los impactos benéficos y minimizar los adversos.

Resultados

1. Percepción local del valor social del patrimonio cultural.

En el BARRIO YUNGAY se pone en evidencias que los grupos de discusión seleccionados son capaces de valorar favorablemente el patrimonio del barrio, poniendo de manifiesto conocimientos en lo relativo a los aspectos siguientes: Relación de dependencia estrecha entre el patrimonio cultural intangible y tangible; Identificación de los factores que caracterizan y diferencian al barrio; Conocimientos sobre el enfoque histórico y territorial del patrimonio cultural a nivel de barrio, y Riqueza e importancia del patrimonio cultural con que conviven.

No obstante, se advierten de forma abierta enfoques contradictorios entre los intereses del grupo empresarial con respecto a otros grupos de opinión en lo relativo al patrimonio y a la administración de éste, aunque los primeros reconocen mediante sus comentarios la intervención potencial en pro de la conservación y el mantenimiento del patrimonio cultural.

Derivado de las percepciones sociales puestas de manifiesto en las discusiones con cada uno de los grupos estudiados se identifican como regularidades el reconocimiento de los siguientes aspectos relevantes con los cuales los lugareños identifican su patrimonio a nivel de barrio: Fiestas y tradiciones; Patrimonio construido con viviendas tipo palacetes, calles adoquinadas, plazas y monumentos; Patrimonio social de las organizaciones vecinales o comunales con alta identidad barrial; y Declaración en 2006 de gran parte del barrio como Zona Típica gracias a un largo e intenso proceso de autogestión comunitaria.

Estos aspectos generales fueron percibidos de forma diferenciada entre cada uno los grupos de discusión, lo cual se muestra en la tabla 1 según la frecuencia de precepciones relativas al mismo.

| Patrimonio percibido | | Grupo 1 Especialista | Grupo 2 Empresario | Grupo 3 Residente |
|--|--|-------------------------|-----------------------|----------------------|
| PATRIMONIO INTANGIBLE | Historia republicana. | X | X | X |
| | Gentes. | X | X | X |
| | Albores de nuestra nación. | X | X | X |
| | Relación con la identidad chilena criolla. | X | | X |
| | Modo de vida de los años veinte. | X | X | |
| | Lazos vecinales. | X | | X |
| | Población organizada. | X | X | |
| | Comercio local. | X | | |
| | Actividades y fiestas artísticas. | X | | X |
| | Vida de barrio. | X | | |
| | Paisajes tradicionales inicios siglo XX | X | | |
| | Vida provinciana o de pueblo. | | X | X |
| | Patrimonio social. | | X | X |
| | Mixtura que integra clases sociales. | X | | X |
| | Patrimonio vinculado al roto chileno. | X | X | X |
| | Las fiestas populares auténticas. | X | X | X |
| "Despelote" de casas grandes y chicas. | X | | | |
| Oferta cultural en la Quinta Normal. | X | | X | |
| PATRIMONIO TANGIBLE | Arquitectura de las casas. | X | | |
| | Inmuebles patrimoniales. | X | X | X |
| | Espacios públicos; veredas y fachadas. | X | | X |
| | Teatros, museos. | X | | |
| | Arquitectura republicana única en Chile. | X | X | |
| | Cites. | X | | X |

Tabla 1 Matriz de percepción del patrimonio cultural según grupos de opinión en el Barrio Yungay, Santiago. Fuente: Elaboración propia.

Para el BARRIO CERRO ALEGRE – CONCEPCIÓN resultan notoriamente significativos los conocimientos y percepciones grupales en lo relativo a los siguientes rasgos: Reconocimiento de la singularidad y exclusividad del espacio para el turismo cultural; Relación entre los procesos migratorios y la conformación histórica espacial del patrimonio local heredado, con lo que se asocian el patrimonio tangible e intangible de la cotidianidad, particularmente en su arquitectura, gastronomía, estilos de vida, tradiciones y costumbres; Percepción social como lugares caros y de personas con altos ingresos, lo que indica un área de diferenciación socioeconómica con respecto al resto de la ciudad; Alta identidad barrial asociada a los cerros, en un espacio con una población residente predominantemente de buen nivel de formación académica profesional y desarrollo cultural; y Formación auto gestionada para la participación activa de los habitantes locales en la valorización del patrimonio cultural.

En este espacio urbano se perciben con un tono acentuado los aspectos de interés siguientes según estados de opinión basados en la percepción social de los grupos integrados al debate: Principales hitos o íconos turísticos (lo cual es lógico en correspondencia con la trayectoria de este destino turístico en el mercado nacional e internacional); Declaración en 2003 la Ciudad de Valparaíso como Sitio del Patrimonio Mundial de la UNESCO, en la categoría CIII de Paisaje Cultural; Valor de su patrimonio, arquitectura ecléctica, paisajes, y estilos de vida de sus habitantes, y Atractivos de sus laberintos de calles, pasajes, recodos, plazoletas naturales y artificiales, subidas y bajadas múltiples, miradores adaptados a la geografía de los cerros.

Tales percepciones registran particulares apreciaciones entre los diferentes grupos de discusión, lo cual se hace ver en la tabla 2 según frecuencia de precepciones mayoritarias referidas a cada eje temático.

| Patrimonio percibido | | Grupo 1 Especialista | Grupo 2 Empresario | Grupo 3 Residente |
|--|--|-------------------------|-----------------------|----------------------|
| PATRIMONIO INTANGIBLE | Historia heredada de los inmigrantes. | X | | X |
| | Cultura de los mismos habitantes. | X | | |
| | Vistas panorámicas. | X | | X |
| | Aporte cultural de artesanos, fotógrafos y artistas. | X | | X |
| | Historias y leyendas. | X | | |
| | Patrimonio social: integración, cohesión. | | X | X |
| | Abertura visual como mirador. | X | | |
| | Desorden arquitectónico. | | | X |
| | Singularidad del cerro. | X | | |
| | Multiculturalidad. | X | | X |
| PATRIMONIO TANGIBLE | Vida en la calle. | | X | X |
| | Espíritu bohemio del porteño. | X | | |
| | Ecléctica arquitectura. | | X | |
| | Iglesia Luterana, Iglesia Anglicana. | X | | |
| | Paseo Lautaro Rosas paseo Atkinson. | X | | |
| | Casa de los Artistas. | | X | |
| | Miradores panorámicos. | X | | X |
| | Paseos. | | X | |
| | Escaleras. | X | | |
| | Ascensores. | X | | X |
| Graffitis. | X | X | | |
| Diversidad de colores que conforman barrio y escenario al mar. | X | X | | |
| Artesanías. | X | | X | |

Tabla 2 Matriz de percepción del patrimonio cultural según grupos de opinión en el Barrio Cerro Alegre – Concepción, Valparaíso. Fuente: Elaboración propia.

2. Valoración del uso turístico del patrimonio cultural.

Para el **BARRIO YUNGAY** se hace evidente el interés por el debate relativo a la relación entre el patrimonio de que son portadores y el turismo, lo que se advierte en la activa participación e intención de que sus opiniones sean tomadas en consideración, al tiempo que refutan las ideas que consideran agresivas para el barrio. Al respecto, son coincidentes en las percepciones y enfoques valorativos referidos seguidamente.

En términos generales se auto caracterizan como una comunidad que es muy sensible ante los valores patrimoniales, y por tanto antepuesta al turismo de masas que desvaloriza la verdadera connotación del patrimonio. Reconocen el valor turístico atractivo que tiene el barrio en su riqueza patrimonial, siempre y cuando sea pensado para un segmento de turismo especializado. A la vez identifican la planta turística local como un importante atractivo con sello auténtico, lo cual evidentemente está relacionado, a decir de ellos mismos, por lo atractivo del barrio.

Las percepciones generales indican el reconocimiento de su patrimonio cultural como un “destino turístico potencial” de escala muy controlada, endógeno, participativo y abierto, en el que se realizan desde hace un tiempo diversas actividades que ponen en valor dicho patrimonio. Al respecto, se reafirma por parte de los actores convocados el enfoque valioso de la institucionalidad local que se ha creado en torno al patrimonio con vistas a su conservación y uso sustentable.

De igual forma son capaces de reconocer con claridad la relación entre el turismo y la restauración del patrimonio a partir de su puesta en valor, así como el uso turístico del patrimonio “únicamente” basado en su autenticidad. De tal forma identifican la organización de rutas urbanas patrimoniales de carácter cognitivo, en las cuales participan, pero prefieren no hablar de rutas turísticas, sino de rutas patrimoniales.

En el **BARRIO CERRO ALEGRE – CONCEPCIÓN** se hace bien representativo el hecho de que expresan mayores niveles de cultura turística, y por tanto en la comprensión de las relaciones entre el patrimonio y el turismo, lo cual está relacionado con la consolidación como destino turístico patrimonial. En particular, reconocen la trayectoria del turismo durante los últimos 10 años como factor clave en los cambios que se han generado, indicando que el turismo comenzó a tener presencia a partir de ese horizonte temporal, y por ende sus impactos para el barrio.

Muestran durante sus reflexiones disposición social para la revalorización del proceso de puesta en valor turístico del patrimonio con criterios de sustentabilidad. Reconocen así mismo la práctica de rutas urbanas patrimoniales, las cuales articulan los distintos atractivos patrimoniales del cerro, pero son conscientes que estas no reflejan las mejores experiencias con respecto a lo que en realidad pudiera hacerse bien, de forma más responsable y comprometida con el alto valor del sitio.

En términos generales se aprecia una percepción bien diferenciada entre las perspectivas de la valoración social del patrimonio que realizan los especialistas y la población residente con respecto a los empresarios, lo que acentúa el énfasis de los debates relativos al enfoque mercadológico orientado a las percepciones del turista con respecto al valor patrimonial de los cerros.

Igualmente reconocen de forma crítica las diferencias entre los turistas nacionales que prestan menor tiempo y atención al patrimonio del cerro, y los extranjeros que lo valorizan muy altamente, dedicando mucho más tiempo e interés por la interpretación del patrimonio como experiencia de aprendizaje vivencial. Esto pone de manifiesto el potencial de estos últimos para promover el turismo de base cognoscitiva, y estimular mediante actividades diversas un mayor aprendizaje de los turistas domésticos basado en el patrimonio de los cerros.

Se presenta un escenario comparado entre la percepción del valor de uso turístico del patrimonio cultural en los dos ámbitos objeto de estudio tomando en consideración los indicadores señalados en la tabla 3. En la misma se concluye con la identificación de altos niveles de opinión relativas al favorable valor del patrimonio para la satisfacción de las demandas turísticas orientadas a las modalidades del turismo urbano patrimonial, pero esta categoría está sustentada en posiciones diferenciadas según se aprecia en los comentarios anteriores.

| Caso de estudio | Indicadores | | | | | Niveles de percepción |
|--------------------------------|------------------------------|--------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------|
| | Valor histórico conservativo | Valor de uso | Valor simbólico significativo | Valor estético paisajístico | Accesibilidad y accesos | |
| Barrio Yungay | Alto | Bajo | Alto | Alto | Favorable | Alto |
| Barrio Cerro Alegre Concepción | Alto | Alto | Alto | Alto | Favorable | Alto |

Tabla 3 Valoración percibida del patrimonio cultural de uso turístico.

Fuente: Elaboración propia.

3. Impactos percibidos del turismo sobre el patrimonio cultural.

A continuación se presenta la lista reducida de impactos percibidos por los grupos de discusión y demás actores consultados, la misma se elabora atendiendo a las dimensiones de valoración cualitativa con que se trabaja en el presente estudio. Para ello se elaboró -mediante consulta con especialistas- la tabla de receptores de impactos, dimensiones e indicadores, en base a esta se sistematizan y formulan los impactos según percepción de cada uno de los grupos de opinión, entrevistas de profundidad, diálogos informales con diferentes actores, y otras técnicas de levantamiento de información de trabajo de terreno.

Barrio Yungay, Santiago

1. Apropiación por parte de los residentes en el barrio de su patrimonio cultural.
2. Protección y promoción del patrimonio por parte de la comunidad.
3. Contribución educativa comunitaria a la valorización del patrimonio del barrio.
4. Enriquecimiento multicultural de los habitantes locales.
5. Reforzamiento de la identidad barrial.
6. Desarrollo de sólidas estructuras de base comunitaria.
7. Participación activa de sus habitantes en pro de la solución de los problemas comunitarios.
8. Fuerte arraigamiento y relevancia de la identidad barrial, así como elevado orgullo por residir en el barrio.
9. Desarrollo de estructuras de comunicación social a nivel de barrio con proyección hacia la comunidad y el exterior.
10. Empoderamiento barrial y diálogo para la comunicación con las instancias de poder.

Barrio Cerro Alegre – Concepción, Valparaíso.

1. Cambio en las funciones tradicionales del espacio urbano frente a las nuevas funciones turísticas.
2. Incremento en los niveles de conflictos de uso suelo por superposición de funciones condicionadas al turismo
3. Aumento desmedido del valor del uso del suelo a precios inaccesibles para los vecinos del barrio.
4. Marcadas diferencias de intereses entre los actores que intervienen en el cerro (empresarios V/S vecinales).
5. Insuficiente conformación socio espacial de un modelo integral que satisfaga a los distintos elementos de la sustentabilidad y calidad de vida, tanto de la comunidad como de su entorno.
6. Integración del paisaje urbano de los cerros como parte fundamental del patrimonio cultural.
7. Saturación funcional de los estacionamientos.
8. Saturación estacional y puntual del patrimonio cultural de uso turístico por máxima gravitación turística en lugares específicos que concentran los mayores volúmenes de visitantes.
9. Problemas ambientales provocados por olores indeseables, suciedad, deterioro del mobiliario urbano, insuficiente arborización y afectación a luminarias.
10. Alto valor escénico paisajístico del barrio favorecido por el desarrollo del turismo.

Tomando en cuenta la valoración de los siguientes indicadores de impacto: *Naturaleza*; *Connotación*; *Magnitud*; *Significación*; *Reforzamiento*; *Alcance*; y *Reversibilidad* se identifican seguidamente los principales grupos temáticos de impactos percibidos como base para las estrategias de gestión con enfoque de sustentabilidad.

| Barrio Yungay, Santiago. | Barrio Cerro Alegre – Concepción. |
|---|---|
| <p>De los impactos percibidos en el escenario actual sin un intenso desarrollo del turismo urbano patrimonial:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apropiación, protección, promoción, y valoración del patrimonio cultural. 2. Multiculturalidad, identidad barrial, arraigo, y relevancia social. 3. Estructuras de base comunitaria, comunicación, participación, control social. 4. Potencialidad de uso turístico del patrimonio cultural sobre bases sustentables. 5. Voluntad de los vecinos del barrio VS planes de desarrollo turístico. <p>De los impactos percibidos en el escenario futuro supuesto por la comunidad con un intenso desarrollo del turismo urbano patrimonial:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Expectativas y aspiraciones de los residentes locales con respecto al desarrollo turístico comunitario. 2. Función residencial urbana y vida tradicional del barrio. 3. Pérdida de Identidad local. 4. Asimilación turística escenificada del patrimonio cultural. 5. Deterioro del patrimonio cultural 6. Migración de la población del barrio. 7. Costo de los inmuebles, bienes y servicios, y de la vida en general. | <p>De los impactos percibidos en el escenario actual con un intenso desarrollo del turismo urbano patrimonial tradicional:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Paisaje urbano escénico de los cerros como parte fundamental del patrimonio cultural. 2. Estado de conservación y restauración del patrimonio cultural VS deterioro de monumentos y sitios. 3. Funciones tradicionales del espacio urbano, y conflictos por el uso y valor del suelo. 4. Desarrollo de capacidades para el empoderamiento, la autogestión y sensibilidad ciudadana ante el patrimonio cultural. 5. Niveles de organización social de la comunidad y participación comunitaria. 6. Procesos migratorios alternos de asimilación y desasimilación familiar de los cerros. 7. Indicadores de insostenibilidad del actual modelo de desarrollo turístico. 8. Diferencias de intereses entre los actores que intervienen en el cerro. 9. Crecimiento sostenido de la planta turística VS uso residencial del barrio. 10. Saturación turística y otros problemas ambientales. 11. Molestia e irritación de vecinos ante el turismo masivo. 12. Incremento de los costos y precios de la vida en general en el barrio. |

Tabla 4 Grupos temáticos de impactos percibidos como base para las estrategias de gestión con enfoque de sustentabilidad. Fuente: Elaboración propia.

4. Estrategias de gestión participativas para el control de impactos adversos generados por la puesta en valor turístico del patrimonio cultural.

En términos generales se enfatiza en la necesidad de promover entre las instancias competentes de decisión la introducción de los resultados de este estudio, y los principales canales y soportes de comunicación que ofrecen mayor impacto científico para facilitar la divulgación de las percepciones de las comunidades locales ante el uso turístico de su patrimonio cultural. Esto implica comunicar a las instancias responsables los resultados alcanzados como opción a considerar en las estrategias de gestión de ambos destinos turísticos, y divulgar la experiencia desarrollada mediante diferentes canales de comunicación.

Según el trabajo desarrollado con el grupo de opinión del **Barrio Yungay de Santiago** se identifican las siguientes estrategias de gestión participativas para el mejor control de impactos:

1. Declaración de una política y estrategias que aborde de manera integral los problemas que en diversos ámbitos que afectan el desarrollo local de barrio.
2. Planificación territorial estratégica integrada a fin de generar una conexión coherente entre las diferentes instituciones locales y los habitantes del barrio.
3. Proyección de los escenarios futuros de desarrollo local centrado en la idea conceptual de que el barrio es residencial.
4. Determinación de la capacidad de carga del destino urbano patrimonial y tomar acciones para no saturarlo, determinando el límite de ocupación del espacio urbano dedicado a hostales, bares, restaurantes.
5. Coordinación de acciones en conjunto con los otros servicios del Estado para resolver efectos de orden público.
6. Fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento en la comunidad para la generación de negocios locales el contexto barrial.
7. Elaboración de un plan de control correctivo de las situaciones de problemas sanitarios, inseguridad, y marginalidad.
8. Fomento de mesas de discusión para generar la visión e imagen objetivo, a desarrollar en el barrio para la puesta en valor turístico del patrimonio.
9. Promoción de forma integrada con la comunidad para el uso turístico de la Plaza Yungay por su importancia histórica respetando el uso que la comunidad actualmente visualiza.
10. Planificación y organización de los propietarios privados de edificios y casas particulares patrimoniales que podrían tener un uso turístico de una forma respetuosa con la voluntad de los vecinos del barrio.

De igual forma el trabajo desarrollado con el grupo de opinión en el **Barrio Cerro Alegre – Concepción** deriva en la propuesta de las siguientes estrategias de gestión participativas para el control de impactos:

1. Estudio de sistematización sobre la eficiencia de los planes, agendas, programas, estrategias y otros instrumentos de gestión implementados en el destino con enfoque de diagnóstico para proyectar los escenarios de desarrollo a corto, mediano y largo plazo.
2. Fortalecimiento de las políticas de desarrollo local integrado fundamentado en la sustentabilidad del barrio y su vínculo con el resto de la ciudad.
3. Negociación para el perfeccionamiento de la actuación efectiva del municipio en lo relativo a la relación patrimonio cultural – modelo de desarrollo turístico endógeno y participativo.
4. Implementación de acciones para compatibilizar los intereses de los empresarios

locales con los de los vecinos residentes en el barrio.

5. Perfeccionamiento de los mecanismos de coordinación público privada del destino local y los instrumentos para su control.
6. Implementación de estrategias de gestión ambiental y saneamiento para la implementación en el barrio basado en el enfoque de destino turístico integrado.
7. Diseño de un plan de control correctivo a las situaciones de deterioro social e inseguridad que persisten en el barrio.
8. Proyección de soluciones a los inmuebles deteriorados, espacios públicos que requieren mejoramiento, infraestructura vial, y señalética urbana.
9. Apoyo institucional a la producción y disposición de información turística de fácil acceso para visitantes y promotores locales.
10. Fomento de oportunidades para el emprendimiento de nuevos negocios auto gestionados por los residentes locales a escala familiar.

Tomando en consideración la voluntad y percepciones de los grupos de opinión implicados en la presente investigación se resumen seguidamente en un escenario comparado los ámbitos de actuación que pueden orientar el accionar que permitirá en los horizontes actual y futuro compatibilizar el uso turístico con el alto valor patrimonial de ambos espacios urbanos.

| Barrio Yungay, Santiago. | Barrio Cerro Alegre – Concepción. |
|---|---|
| ✓ Política y estrategias integradas. | ✓ Diagnóstico integrado de la problemática actual. |
| ✓ Planificación territorial estratégica integrada. | ✓ Formulación de políticas de desarrollo local integrado. |
| ✓ Proyección participativa de los escenarios futuros de desarrollo local. | ✓ Actuación efectiva del municipio. |
| ✓ Participación ciudadana. | ✓ Compatibilización de intereses locales. |
| ✓ Plan de control a problemas sanitarios, inseguridad, y marginalidad. | ✓ Coordinación público privada. |
| ✓ Coordinación y organización público - privada. | ✓ Gestión ambiental y saneamiento. |
| ✓ Capacidad de carga del destino urbano patrimonial. | ✓ Recuperación social y de seguridad. |
| ✓ Emprendimientos desde la comunidad. | ✓ Recuperación de espacios públicos, infraestructura vial, y señalética urbana. |
| ✓ Modelo de uso turístico del patrimonio. | ✓ Información turística. |
| ✓ Alojamientos con enfoque residencial. | ✓ Oportunidades de emprendimientos de nuevos negocios. |
| ✓ Red de turismo comunitario. | ✓ Regulación de servicios públicos en la comunidad. |
| | ✓ Incorporación de policía turística. |

Tabla 5 Ámbitos de actuación como base para la acción. Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

En las áreas estudiadas se visualiza un patrimonio rico, variado, e integrado, en el que su historia, su gente, sus vivencias y sus inmuebles patrimoniales conforman un escenario de muy alto valor histórico conservativo, de uso, simbólico significativo, estético paisajístico, y de accesibilidad y acceso para los propios residentes y visitantes de cada uno de los barrios.

La valoración del uso turístico del patrimonio cultural refleja un matiz marcadamente diferenciado en el que los grupos estudiados en el Barrio Yungay son muy reticentes ante el desarrollo del turismo, abogando por un barrio patrimonial para la propia comunidad que invita al visitante foráneo a conocerlo, frente a un Barrio en Valparaíso acostumbrado al uso turístico de su patrimonio cultural, pero muy preocupado por el mejoramiento del actual modelo de desarrollo turístico urbano con el fin de potenciar los impactos benéficos y minimizar los adversos.

El estudio de los impactos percibidos del turismo sobre el patrimonio cultural aporta una rica y variada información en la que se detallan cada uno de los problemas percibidos de forma individual y se reconoce detalladamente el encadenamiento de impactos. Este permite analizar el reforzamiento genético de los mismos como condición obligada para la búsqueda de alternativas de solución.

Cada grupo de opinión legitima distintas valoraciones que se corresponden con sus intereses y niveles de identificación como actores sociales. En correspondencia con la importancia y frecuencia concedida es posible realizar generalizaciones con el fin de tener una visión lo más integrada posible como criterio orientador para la toma de decisiones e incorporación de la voluntad social a la optimización de las interacciones entre el patrimonio cultural y su puesta en valor turístico.

La identificación de los impactos percibidos se relaciona con la complejidad (relaciones en cadena), estacionalidad e intensidad diferenciada de los impactos del turismo sobre el patrimonio. Ha permitido reconocer la necesidad de profundizar en el carácter transitorio de las relaciones turista - patrimonio, las zonas de concentración de flujos de visitantes, las relaciones desiguales de la relación turismo - patrimonio, y la necesidad de construir un modelo sociológico o antropológico explicativo de las relaciones turismo - patrimonio cultural.

En el Barrio Yungay se concentran en los impactos potenciales derivados de la puesta en valor turístico del patrimonio cultural, reconocen el valor potencial de su patrimonio, pero son escépticos con respecto a su uso turístico, desean un escenario urbano patrimonial “de la propia comunidad” con alternativas muy controladas de uso turístico. Ello es indicativo de que abogan por un modelo de desarrollo turístico alternativo, planeado, integrado, abierto, participativo, endógeno, auto gestionado por la propia comunidad, lo cual es coincidente con los enfoques del Turismo de Base Comunitaria (TBC).

En el Barrio Cerro Alegre – Concepción la percepción está concentrada en los impactos heredados y actuales derivados de la puesta en valor turístico del patrimonio. Los impactos se identifican como actuales, demostrando la experiencia ya consolidada del turismo.

Visualizan la posibilidad de transitar hacia un modelo de desarrollo turístico menos tradicional o convencional, y más orientado hacia el turismo alternativo o sustentable.

Las estrategias de gestión participativas para el control de impactos adversos generados en ambos barrios deberán ser participativas, y tomar en consideración la gestión preventiva y correctiva según sea el caso, atendiendo a la búsqueda de estrategias de mitigación, compensación, resistencia y adaptación, y de control.

La identificación de estrategias de gestión turística del patrimonio cultural local es el reflejo de estructuras barriales caracterizadas por una singular conformación de su tejido social, son portadoras de un favorable nivel de cohesión, crítica y participación ciudadana a favor del patrimonio cultural. Concentran la atención de sus propuestas en la conformación de un modelo de turismo alternativo, no masivo, basado en el contenido cultural de ambos escenarios, en el que se preste mayor atención a las políticas, estrategias, planes e instrumentos de gestión integrada del destino, buscando sinergias entre todos los actores. Esto corrobora que la comunidad constituye un grupo con importantes saberes y bases para el trabajo que deberá materializarse.

Bibliografía

ÁVILA, R Y BARRADO, D. (2005). Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales y Operativos para su Planificación y Gestión. Cuaderno de Turismo, Nº15. España.

CUÉTARA SÁNCHEZ, L., CASALS, F.R. (2003). Propuesta de indicadores para la sostenibilidad de destinos turísticos. Retos Turísticos, No. 1. Vol. 1. Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de Matanzas. Cuba. pp. 31-36.

GONZÁLEZ HERRERA, M. (2004). Gestión Ambiental para un Modelo Sostenible. Rehabilitación y Reanimación Turística del balneario Mar Azul, Caibarién, Cuba. Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 13. Números 1 y 2. Enero-Abril. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina. pp. 35 – 49.

GONZÁLEZ HERRERA, M. (2006). Gestión Ambiental de los Impactos del Turismo. Editorial ABIAYALA. Quito. Ecuador. 197 pp.

GONZÁLEZ HERRERA, M. 2010. Gestión Ambiental en el Turismo y la Hostelería. Editorial CEP S.L. Madrid, España. 542 pp.

OMT. (1997). Guía práctica para el desarrollo y uso de los indicadores de turismo sostenible. Madrid.

PATRIMONIO NUESTRO. (2010). Guía de Zonas Típicas de Chile: Gentes y Paisajes de Nuestro Patrimonio. Fundación 2010. Santiago de Chile.

PÉREZ, M. T. (2001). Turismo en las ciudades históricas: la ciudad sostenible. En: Revista Patrimonio Histórico PH. Boletín Andaluz del Patrimonio Histórico. Año XIX, septiembre 2001.

TRIVELLI, PABLO. (2010). The sustainability of urban heritage preservation: interventions to support economic and residential investments in urban heritage areas of Latin America and the Caribbean (rg-t1620).

VALLS, J.F. (2004). Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. Editorial Gestión 2000. Barcelona.

VERA, J.F., LÓPEZ, F., MARCHENA, M., ANTÓN, S. (1997). Análisis Territorial del Turismo. Editorial Ariel, Barcelona: 443 pp.

Relações de hospitalidade de hotéis com a comunidade local: Estudo das ações da rede Bourbon de Hotéis & Resorts

Alan Aparecido Guizi¹

Aristides Faria Lopes dos Santos²

Elizabeth Kyoko Wada³

Resumo

Buscou-se por meio deste estudo compreender as relações de hotéis com a comunidade no local onde estão inseridos, por meio da problemática central de pesquisa: As relações entre a hotelaria e a comunidade local contemplam ações de hospitalidade? As hipóteses levantadas e testadas em pesquisa foram: (H1) Os empreendimentos hoteleiros são meramente comerciais, não havendo preocupações nem tampouco ações, para beneficiar a comunidade local; (H2) A comunidade local é considerada para processos de decisões e ações de hospitalidade por parte do hotel, visto que o fato de recepcionar seus hóspedes na cidade, coloca-a na linha de frente dentre seus stakeholders; (H3) As ações de hospitalidade são consideradas genéricas tanto para a comunidade local quanto para seus demais stakeholders, não havendo ações pontuais em relação a sua comunidade. Para isso, definiu-se como metodologia de característica exploratória-qualitativa, revisar a bibliografia correspondente, material dos hotéis, sites, documentos online, artigos voltadas às palavras-chave e escolha de objetos de estudos. A pesquisa foi desenvolvida por intermédio de estudos de caso, baseado no protocolo de Yin (2010), com explicações acerca dos empreendimentos hoteleiros utilizados, procedimento

1 Mestrando em Hospitalidade na Universidade Anhembi Morumbi. Contato: alanguizi@gmail.com;

2 Mestrando em Hospitalidade na Universidade Anhembi Morumbi. Contato: aristidesfaria@yahoo.com.br;

3 Pós-doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná e coordenadora do Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. Contato: ekwada@anhembi.br;

de campo com visitas técnicas e abordagens para entrevistas semi-estruturadas com roteiros pré-elaborados, para compreender as estratégias de relacionamento com a comunidade local, bem como contribuições com órgãos de turismo da região. Para essas entrevistas, foram contatados gerentes de dois empreendimentos hoteleiros de Bourbon Hotéis & Resorts: Bourbon Cataratas Convention & Spa Resort (localizado na cidade de Foz do Iguaçu, estado do Paraná, Brasil) e, Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort (localidade na cidade de Atibaia, estado de São Paulo, Brasil); após a gravação e transcrição das mesas, realizou-se a análise de conteúdo para o teste de hipóteses, onde observa-se a confirmação da hipótese 2, já que a comunidade local é parte integrante do que se observa como experiência de viagem em uma destinação, contudo, este relacionamento contribui com o desenvolvimento local e empreendedorismo em diversos setores.

Palavras-chave: Hospitalidade; Serviços; Stakeholders; Hotelaria; Comunidade local.

Introdução

O relacionamento entre empresas e seus *stakeholders* tem sido tema de discussões em empresas e escolas desde sua primeira citação na cidade de Stanford (Estados Unidos) em 1960. Em turismo e hotelaria, os estudos das relações entre grupos que influenciam ou são influenciados por dada organização não são diferentes, tornando-se ponto de pesquisa e análises, notadamente quando este trato se dá com a comunidade local onde estas atividades são desenvolvidas. Portanto, este estudo faz parte de pesquisas mais amplas, desenvolvidas como dissertações de mestrado do Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi (São Paulo/Brasil) e estágio pós-doutoral em Turismo, desenvolvido na Universidade Federal do Paraná (Brasil), cujo interesse passa pela compreensão da teoria dos *stakeholders* de Freeman (1984), bem como analisar as atividades de relacionamento praticados entre empresas e esses *stakeholders* e se tais relacionamentos são pautados por conceitos e práticas de hospitalidade, também com foco em sua comunidade local.

Com isto, este estudo possui como objetivo principal compreender as relações de hotéis com a comunidade no local onde estão inseridos. Tal objetivo contribui também com a compreensão dos demais objetivos secundários de pesquisa, assim definidos: (a) Reunir o referencial teórico das palavras-chave escolhidas; b) Compreender como são realizadas as ações de relacionamento e hospitalidade entre a rede Bourbon e a comunidade local, em Foz do Iguaçu e, Atibaia; c) Conhecer os principais stakeholders dos hotéis pesquisados e a relação existente.

Este estudo partiu de sua problemática central em forma de questão: As relações entre hotelaria e sua comunidade local contemplam ações de hospitalidade? Possíveis hipóteses foram definidas e testadas com o decorrer da coleta de dados: (H1) Os empreendimentos hoteleiros são meramente comerciais, não havendo preocupações nem tampouco ações, para beneficiar a comunidade local; (H2) A comunidade local é considerada para processos de decisões e ações de hospitalidade por parte do hotel, visto que o fato de recepcionar seus hóspedes na cidade, coloca-a na linha de frente dentre seus *stakeholders*; (H3) As ações de hospitalidade são consideradas genéricas tanto para a comunidade local quanto para seus demais *stakeholders*, não havendo ações pontuais em relação a sua comunidade.

Para isso, a metodologia utilizada para esta pesquisa exploratória-qualitativa foram as revisões à bibliografia correspondente, material dos hotéis, sites, documentos online e artigos voltadas às palavras-chave escolhidas e objeto de estudos. A pesquisa foi desenvolvida por meio de estudos de caso, baseado no protocolo de Yin (2010) com explicações acerca dos empreendimentos hoteleiros utilizados, procedimento de campo com visitas técnicas e abordagens para entrevistas semiestruturadas com roteiros pré-elaborados, cujo foco são as estratégias de relacionamento com a comunidade local, bem como contribuições com órgãos de

turismo da região. Para estas entrevistas, foram contatados gerentes de dois empreendimentos hoteleiros da rede Bourbon Hotéis & Resorts: Bourbon Cataratas Convention & Spa Resort (localizado na cidade de Foz do Iguaçu, estado do Paraná, Brasil) e Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort (localizado na cidade de Atibaia, estado de São Paulo, Brasil), após a gravação e transcrição das mesmas, realizou-se a análise de conteúdo para o teste de hipóteses.

O estudo está organizado em três seções, sendo:

- 1) Hospitalidade: Hotelaria, serviços e relacionamento;
- 2) Gestão dos *stakeholders*;
- 3) Relações entre hotéis Bourbon e comunidade local.

Hospitalidade: Hotelaria, serviços e relacionamento

Compreende-se por hospitalidade o conceito de recebimento do outro, mediante uma relação de anfitrião e hóspede. Por meio da hospitalidade, Camargo (2004) mostra que relações são estabelecidas entre desconhecidos sendo que, quando já estabelecidas, são elevadas e melhoradas em um processo considerado básico do vínculo humano, ou seja, para cada utilização de serviço ou benefício, haverá em seguida uma retribuição, seja em forma monetária ou por meio de reconhecimento e visibilidade no mercado.

Essas atividades de hospitalidade são subdivididas por Lashley e Morrison (2004) em três dimensões assim classificadas:

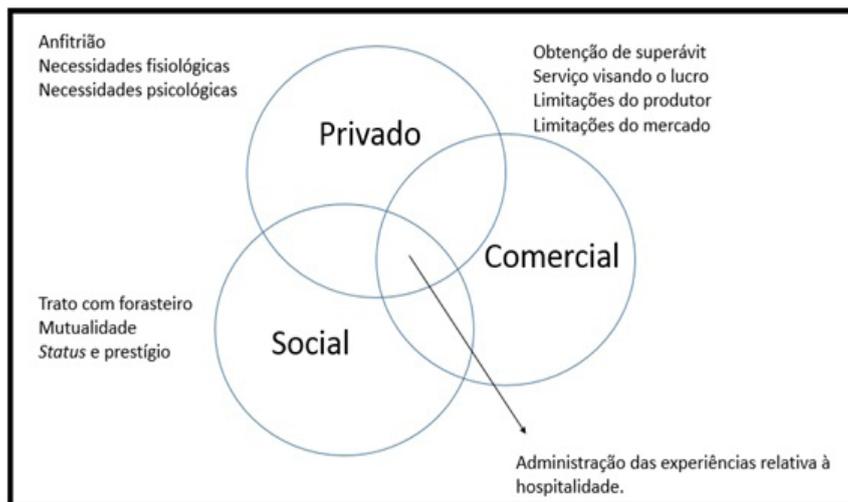


Figura 1: Atividades relacionadas com a hospitalidade. Fonte: Lashley (In: LASHLEY; MORRISON, 2004, p.6)

Desta forma, compreende-se como atividade de hospitalidade doméstica, aquela que se passa na casa de dado anfitrião, durante o processo de recebimento de um estrangeiro. Assim como as atividades em meio social, contudo, quando ocorrido em meio a sociedade, em dada cidade, tratando-se do recebimento de imigrantes e turistas em destinações. O meio comercial ou, empresarial, oferece suas atividades de hospitalidade por meio da oferta mercadológica de serviços, onde o bem receber busca o conforto e, a superação das expectativas de seu hóspede ou cliente.

No entanto, os autores citam também que somente quando se dá a sobreposição das três atividades, será possível a gestão das experiências relativas à hospitalidade.

Wada (2007) aponta a possibilidade de visualização dessas atividades no meio hoteleiro, visto que as atividades de hospitalidade social são praticadas por aqueles oriundos da recepção, porteiros e outros, cujo interesse é a integração do estrangeiro à comunidade hoteleira, bem como as atividades de hospitalidade privada por meio dos serviços prestados pelas camareiras, funcionários de cozinha e aqueles vindos do *back of the house* e a hospitalidade comercial fica a cargo dos serviços de gerência, marketing, compras e outros.

A gestão destas atividades busca o único objetivo de “privilegiar, tanto quanto possível, a qualidade do atendimento” (PETROCCHI, 2007, p.49). Desta forma, a qualidade observada em serviços, gerará um processo de valor para clientes, o que consequentemente, agregará valor também ao nome do hotel, elevando-o em relação a confiabilidade e crédito no mercado.

Com isso, por ser uma atividade geradora de vínculos entre pessoas direcionadas à recepção, acolhimento, alimentação e entretenimento do outro, a hospitalidade está sobretudo vinculada às ações de relacionamento que, em meio empresarial, recai sobre interesses às atividades realizadas nesta por grupos, pessoas e outras organizações o que, desta forma, seu trato ético contribui, indiretamente, para a construção de valor em seu nome, bem como, ao beneficiamento desses “outros” em devolução, cuja conceitualização será tratada nos momentos seguintes deste estudo.

Gestão dos *stakeholders*

Não somente aqueles classificados pela empresa como clientes ou consumidores de seus serviços, é de fundamental importância para dada empresa atender também os demais públicos externos à empresa, ou seja, aqueles que são afetados ou afetam suas atividades que, baseado na teoria de Freeman (1984), são conhecidos por *stakeholders*.

O termo foi relatado primeiramente na *Stanford Research Institute (SRI)*, cujo significado ampliou o número de interessados nos resultados desta empresa o que, antes, estava direcionada apenas aos seus acionistas para que, atualmente, digam respeito também a grupos, pessoas, empresas e órgãos de primeiro, segundo e terceiro setor, como visto na figura abaixo:



Figura 2: Mapa dos stakeholders. Fonte: Adaptado de FREEMAN (1984)

O gerenciamento desses grupos envolve não somente a prestação de serviços adequados porém, envolve a análise daquilo que estes grupos valorizam assim como obter informações por meio de tais relacionamentos para conhecer o que valorizaram. Esses relacionamentos entre empresa e seus stakeholders, de acordo com Rocha e Goldschmidt (2010, p.14), “representa um caminho para a construção da vantagem competitiva, mediante um olhar para fora”, desta forma, busca-se novas formas de criar e entregar ‘valor’ a estes componentes, antes e melhor que a concorrência o faça”.

Para a empresa, a criação da vantagem competitiva por intermédio da gestão de seus *stakeholders*, segundo Rocha e Goldschmidt (2010, p.15), gera confiança e boa vontade, reduzindo incertezas e melhorando acordos comerciais, resultando, conseqüentemente, na melhora do desempenho da empresa.

Esse processo bem como o gerenciamento de *stakeholders* buscam, sobretudo, informações referentes ao que buscam tais grupos e permite à empresa a geração de valor em seus serviços. Porter e Millar (In: PORTER, 2009, p.74) mostram que o acesso às informações produz vantagem competitiva ao proporcionar às empresas novos modos de superar o desempenho de seus rivais.

Dentre seus *stakeholders*, a entrega de atributos valorizados para a comunidade local também é buscada pelas políticas de gestão de *stakeholders*, Rocha e Goldschmidt (2010, p.20) mostra que as estratégias de inclusão deste grupo envolvem forças-tarefas para trabalhar as necessidades especiais da comunidade, treinamento cooperativo e programas educacionais, desenvolvimento de comitês e conselhos e, programas conjuntos de criação de empregos. As autoras citam também que as relações com sua comunidade, bem como o governo local, “podem resultar em regulamentação favorável, redução de impostos e melhoria na imagem de marca” (ROCHA; GOLDSCHMIDT, 2010, p.22)

A contribuição com o local onde se localiza, inclui não somente políticas diretas para sua população mas, também, para benefício do local como um todo. Porter e Kramer (In: PORTER, 2009) mostram que a responsabilidade social, quando parte da política de gestão de determinada empresa, contribui para a geração de oportunidades de empreendedorismo na região e fornecimento de serviços que complementam a experiência de uso, incorrendo na baixa de custos de fornecimento, bem como nas melhorias de infraestrutura de sua região vindos dos governos locais ou de outras iniciativas privadas o que, para o turismo, contribui para a formação e desenvolvimento de outros negócios pela região, oferecendo suporte na criação da melhor experiência de viagem. Desta maneira, Porter (2009) aponta a formação de aglomerados, ou seja, o “agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas em determinada área, vinculadas por elementos comuns e complementares” (PORTER, 2009, p.213), formando uma rede de colaboração entre empresa e sua comunidade local por meio também, de relacionamentos de negócios.

Observa-se que o relacionamento entre empresa e sua comunidade local é, de fato, benéfica quando esta impulsiona o desenvolvimento local, não somente por meio de ações de sustentabilidade e responsabilidade social mas sobretudo, apoiando o empreendedorismo e o desenvolvimento, melhorando as relações entre estas partes, resultando em valor à empresa bem como, à sua marca, assim como melhoram as opções e ofertas de serviços de hospitalidade oferecidos por esta destinação turística.

Relações entre hotéis Bourbon e comunidade local

De capital 100% brasileiro, a rede Bourbon de Hotéis e Resorts, conta com 50 anos de atuação no mercado hoteleiro com 12 empreendimentos hoteleiros distribuídos nas principais destinações, tanto em lazer quanto em negócios, dentre eles São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Foz do Iguaçu, no Brasil; Assunção, no Paraguai e Buenos Aires, na Argentina.

Sua história inicia-se com o cultivo do café no estado brasileiro do Paraná que, devido a geadas na região e a dificuldade encontrada pela família Vezozzo para seguir no negócio, levou, na cidade de Londrina (Paraná/Brasil), à abertura de seu primeiro empreendimento hoteleiro: Bourbon Londrina Business Hotel. Desde então, a rede vem se desenvolvendo nos segmentos de Negócios e de Lazer.

A organização tem o Instituto Bourbon, cujo objetivo principal é contribuir com o desenvolvimento social das comunidades locais onde estão estabelecidos seus empreendimentos hoteleiros. Acerca desse tema, os gerentes gerais Osvaldo Júlio Neto, do Bourbon Cataratas Convention & Spa Resort (localizado em Foz do Iguaçu, estado do Paraná, Brasil) e José Ozanir Castilhos Rosa, do Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort (localizado em Atibaia, estado de São Paulo, Brasil) relatam, neste estudo, as ações estabelecidas pela rede.

Rosa (2014) mostra que a mão de obra na região de seu resort é carente de treinamentos, contudo, o Bourbon Atibaia participa de ações de treinamento de pessoas, por meio de parcerias com escolas e faculdades da região, fornecendo a infraestrutura hoteleira e alunos de seus funcionários para ministrar os treinamentos, bem como vagas de estágios. De acordo com este gerente, em 2013, esta parceria entre resort, instituições de ensino da região e órgãos municipais contribuiu para a formação de 300 pessoas.

Em Foz do Iguaçu, onde a comunidade local é formada por pessoas de diversas culturas, dentre elas árabes, orientais e pessoas vindas das regiões fronteiriças de Argentina e Paraguai, de acordo com Júlio Neto (2014), as relações entre o hotel Bourbon Cataratas com a comunidade local está baseada na troca cultural, notadamente em gastronomia, onde se observa um interesse mútuo no desenvolvimento de alguns usos e costumes.

Contudo, as relações não estão baseadas somente em ações pontuais para com a comunidade, mas também em fomento aos empresários da região por meio de negócios e prestações de serviços. Rosa (2014) cita que empresas locais em Atibaia e Bragança Paulista (cidade localizada nas intermediações de Atibaia, no estado de São Paulo). fornecem materiais e serviços terceirizados para o resort, contribuindo, então, para a circulação de moeda entre a comunidade, bem como impulsionando o empreendedorismo na região já que, dada sua importância na região, bem como seu tamanho em estrutura física, a demanda por serviços sempre existirá. Em Foz do Iguaçu ocorre algo semelhante, já que sua proximidade com centros de compras no Paraguai e na Argentina, bem como a presença das Cataratas do Iguaçu, contribui com o fluxo de turismo local, o que fomenta diretamente as atividades de Alimentos e Bebidas, com festivais gastronômicos, além de acontecimentos executivos que ocorrem no hotel, os quais atraem o público de turismo de negócios em épocas de baixa temporada, contribuindo com o fluxo de divisas e moeda internacional na destinação.

O Bourbon Cataratas contribui com órgãos de turismo locais, tais como o *Convention & Visitors Bureau* de Foz do Iguaçu e região¹, onde o entrevistado deste estudo, Osvaldo Júlio Neto, participa com o cargo de vice-presidente, estabelecendo estratégias de beneficiamento da região, atração de eventos e aconselhamento sobre gestão turística da cidade. Também em Atibaia, o gerente geral do Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort e sua equipe participam de cargos de gestão no *Convention & Visitors Bureau* da região, bem como participam de encontros com foco em turismo estabelecidos na cidade, como fóruns de discussões sobre ações futuras na cidade e exposições onde a região esteja presente.

Tais ações contribuem para a inclusão dessas cidades no mapa do turismo, desde ações para divulgação da destinação quanto com o empreendedorismo, já que a geração de fluxo de turismo que é estabelecido nesses hotéis necessita de serviços complementares que a comunidade local possa oferecer. Ações de responsabilidade social, programas de empregabilidade e treinamento de mão de obra geram reconhecimento junto à comunidade.

Considerações Finais

Por meio deste estudo respondeu-se à problemática central de pesquisa, já que há indícios de que as relações de hospitalidade entre hotéis e comunidade local transcorrem de acordo com a teoria de hospitalidade, com benefícios para a comunidade por meio de treinamentos profissionalizantes, ações de responsabilidade social, apoio ao empreendedorismo, desenvolvimento local de infraestrutura e desenvolvimento pessoal dos moradores; por outro lado, tais ações geram à rede hoteleira visibilidade, valor e divulgação. Sendo assim, considera-se comprovada a hipótese 2 deste estudo, com a confirmação da participação da população local nos processos de tomada de decisão.

Contudo, as entrevistas revelaram pontos não considerados nestas hipóteses, já que essa relação envolve o desenvolvimento profissional dos moradores, impulsionando o empreendedorismo e o desenvolvimento local conjunto, assim como mostrado nas relações de *stakeholders*, de acordo com o que dizia Freeman (1984), relacionando-se aos serviços de ensino, fornecimento de material e serviços, dentre outros.

Conforme já apresentado nas justificativas, esta pesquisa faz parte de estudos mais amplos, dissertações de mestrado e estágio pós-doutoral desenvolvidos pelos autores. Dessa forma, o tema é passível de ampliação, com a inclusão de outros hotéis dessa mesma rede, para o alcance de resultados mais amplos.

1 Órgão responsável pela atração, manutenção e planejamento de eventos para a destinação.

Referências bibliográficas

ALVES, T. S. S. (2013) Os domínios da hospitalidade e a gestão de stakeholders em recrutamento e seleção estudos de casos múltiplos: Estanzola, Travel inn e Transamérica. Dissertação de mestrado. Programa de mestrado em hospitalidade. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi

AZEVEDO, G. (2013) Rede de hotéis Bourbon é uma das dez maiores do país. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/bem-feito-no-parana/conteudo.phtml?id=1423654&tit=Rede-de-hoteis-Bourbon-e-uma-das-dez-maiores-do-pais>> Acesso em 10 de Julho de 2014

BOURBON (2014) Bourbon hotéis & resorts: Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort. Disponível em: <<http://www.bourbon.com.br/Upload/arquivos/apresentacao/Bourbon-Atibaia-Convention-Spa-Resort1.pdf>> Acesso em 11 de Julho de 2014

BOURBON (2014) Bourbon hotéis & resorts: Bourbon Londrina Business Hotel. Disponível em: << <http://www.bourbon.com.br/Upload/arquivos/apresentacao/Bourbon-Londrina-Business-Hotel.pdf>>> Acesso em 11 de Julho de 2014.

CAMARGO, L. O. L. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: ALEPH.

DALL'AGNOL, S. (Novembro, 2012) Impactos do turismo x comunidade local. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, RS, Brasil

FERREIRA, M. (2013). Instituto Bourbon e Prefeitura de Cambará, parceira que resultou na Vila Rotary. Disponível em: <<http://portalrtn.com/instituto-bourbon-e-prefeitura-de-cambara-parceira-que-resultou-na-vila-rotary/>> Acesso em 10 de Julho de 2014

FREEMAN, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Marshfield, Massachusetts: Pitman Publishing.

LASHLEY, C. (2004). Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C., MORRISON, A.. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole.

LASHLEY, C., MORRISON, A. (2004). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole.

PETROCCHI, M. (2007). *Hotelaria: Planejamento e gestão*. São Paulo: Pearson Prentice Hall

PORTER, M. E. (2009) *Competição*. Rio de Janeiro: Elsevier

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. (2009). A vantagem competitiva da filantropia empresarial. In: PORTER, M. E. *Competição*. Rio de Janeiro: Elsevier

PORTER, M. E.; MILLAR, V. E. (2009). Como a informação proporciona vantagem competitiva. In: PORTER, M. E. *Competição*. Rio de Janeiro: Elsevier

ROCHA, T., GOLDSCHMIDT. (2010). A. *Gestão dos stakeholders*: Como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse. São Paulo: Saraiva.

WADA, E. K. (2007). Domínios de hospitalidade de Lashley e possíveis aplicações na hotelaria. In: Anais do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR). São Paulo.

YIN, R. (2010). *Estudo de Caso*: planejamento e métodos. Porto Alegre.

Hospitalidade e hostilidade na Copa 2014 – Brasil

Elizabeth Wada

Daniella Mendes

Resumo

O relatório The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 retoma pelo quinto ano consecutivo, catorze pilares, com setenta e cinco indicadores, para avaliar a competitividade em viagens e turismo (TTCI – travel and tourism competitiveness index), em 140 países. O 12º pilar – afinidade para viagens e turismo – pode ser analisado a partir do conceito de Gotman (2001) que preconiza a inserção do outro (seja ele imigrante, turista, visitante) a uma comunidade existente (destino turístico, cidade, grupo social, empresa). A mesma autora (2009) trata da diferença entre serviçal e anfitrião, o que, aplicado à prestação de serviços, gera situações de relações meramente processuais, encenadas e aquelas genuinamente hospitaleiras. É nesse contexto que se objetivou compreender as relações de Hospitalidade e de hostilidade durante os 30 dias de realização da Copa do Mundo de Futebol 2014, no Brasil, por meio da coleta de matérias publicadas na homepage de Portais como G1 (g1.globo.com) e UOL (www.uol.com.br) que continham as palavras-chave definidas pelas autoras. As matérias coletadas foram divididas em quatro grupos de análise para que fossem testadas as hipóteses: (H1) A abertura para o turismo é meramente comercial, sem atitudes que demonstrem a inserção do visitante nas comunidades que ele visita; (H2) A população acolhe os visitantes, notadamente nos locais de concentração das equipes e delegações estrangeiras; (H3) Há manifestação dos visitantes em querer retornar ao Brasil após essa visita; (H4) A comunidade local está orientada à satisfação dos visitantes. O estudo refutou totalmente a hipótese H1, parcialmente a hipótese H4 e confirmou as hipóteses H2 e H3.

Palavras-chave: hospitalidade, turismo, serviços, competitividade, Copa do Mundo.

Hospitalidade e Competitividade

A hospitalidade, para Brotherton e Wood (2004) é entendida como uma troca humana contemporânea, assumida e idealizada de forma voluntária, afim de acentuar o bem-estar mútuo entre as partes, pela oferta de acomodação e/ou alimentos e/ou bebidas.

Lashley (2004), em um entendimento mais amplo sobre a hospitalidade, sugere que esta é em primeiro lugar “o relacionamento construído entre anfitrião e hóspede” (LASHLEY, 2004, p. 21), e para que seja eficaz, o hóspede precisa sentir que o anfitrião está “sendo hospitaleiro por sentimentos de generosidade, pelo desejo de agradar e por ver a ele, hóspede, enquanto indivíduo” (LASHLEY, 2004, p. 21).

O mesmo autor diz ainda ser necessária a análise das atividades que estão relacionadas à hospitalidade, em três domínios: social, privado e comercial. De forma simplificada, cada um desses domínios aparece como uma expressão da oferta da hospitalidade, sendo: social – atividades onde a hospitalidade ocorre junto com impactos de forças sociais; privado – hospitalidade associada à oferta no lar; e comercial – a hospitalidade enquanto atividade econômica.

O ponto de intersecção entre esses três ambientes sobrepostos, como mostra a figura abaixo, refere-se ao momento em que é possível realizar a gestão dos relacionamentos de hospitalidade entre os indivíduos – sejam eles imigrantes, visitantes ou turistas.

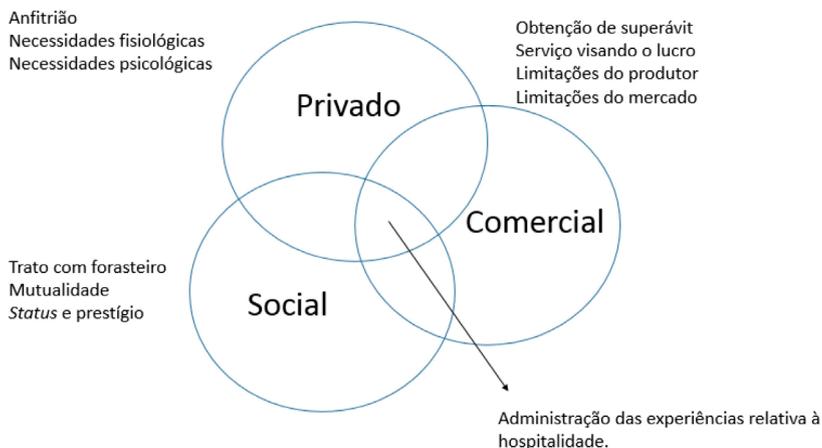


Figura 1: Atividades relacionadas com a hospitalidade. Fonte: Lashley e Morrison, 2004, p. 6

A conversão do turista em convidado é uma problemática tratada por Gotman (2009) como sendo uma “troca livremente consentida, mas socialmente determinada, de uma regra social codificada e socialmente sancionada” (GOTMAN, 2009, p. 18). Ou seja, o turista passa a ser um convidado da comunidade que visita, a partir do momento em que a troca que ocorre entre anfitrião e hóspede, acontece de forma não forçada. Para isso é necessário que a comunidade anfitriã detenha o controle da situação e das regras, tenha a iniciativa e a capacidade “de oferecer a hospitalidade, e não de serem simples serviços” (GOTMAN, 2009, p. 18). Consequentemente, o hóspede terá a obrigação de respeitar a comunidade anfitriã, mantendo-se no lugar que a mesma lhe destinou.

Nesse contexto, Gotman (2009) observa ainda que práticas reformadoras no turismo, que transformem a atividade de uma relação de exploração a uma relação de hospitalidade controlada, podem trazer impactos positivos para essa atividade econômica, além de lhe conferir maior grau de competitividade para a comunidade que assim o faz.

Para Porter (2008), a competição é uma das mais poderosas forças da sociedade para realizar melhoras em muitos campos da atividade humana. Portanto, toda organização necessita de uma estratégia para entregar um melhor valor a seus clientes. Dessa maneira, aquela que apresentar melhores resultados na forma como atua dentro de suas dimensões, em relação a seus concorrentes, apresentará melhor vantagem competitiva (PRAHALAD, 2004).

O relatório *The Travel & Tourism Competitiveness Report*, realizado pelo *World Economic Forum*, em sua edição de 2013, efetuou a análise de 140 países com base nos 14 pilares considerados pela entidade, a base da avaliação.

Tal relatório tem por objetivo fornecer aos *players* do setor de viagem e turismo uma plataforma para medição de fatores e políticas entre países, no qual, por intermédio de análises comparativas, possa lhes favorecer com contribuições para as tomadas de decisões relacionadas ao desenvolvimento de negócios e do próprio setor. O 12º pilar desse relatório, trata da afinidade para viagens e turismo, que analisado a partir do conceito de Gotman (2001), preconiza a inserção do outro (seja ele migrante, turista, visitante) a uma comunidade existente (destino turístico, cidade, grupo social, empresa).

É com base nos conceitos apresentados acima que este artigo busca compreender quais são as relações de hospitalidade (e de hostilidade) da comunidade local com os visitantes durante a Copa do Mundo 2014.

Após 64 anos, o Mundial de futebol retorna ao Brasil, tendo esse país e sua comunidade como sede e anfitriões. Em 1950, quando a Copa do Mundo aconteceu no Brasil pela

primeira vez, participaram 16 seleções em jogos que ocorreram em 6 cidades sedes. No ano de 2014, foram 32 seleções em 12 cidades sedes.

Durante a Copa das Confederações de 2013, no Brasil, evento também realizado pela FIFA – *Fédération Internationale de Football Association* – o país viveu alguns momentos de tensão entre governo e comunidade. A Sesge (Secretaria Extraordinária de Segurança de Grandes Eventos) divulgou que 864 mil pessoas participaram de protestos entre 15 e 30 de junho de 2013. Nos meses de maio e o início de junho de 2014, as manifestações voltaram às ruas, seja pelo questionamento dos gastos relativos à preparação de infraestrutura para a Copa, seja por reivindicações por melhoria em setores essenciais como Saúde, Educação e Segurança ou em salários de diversas categorias – professores, metroviários, agentes de trânsito, entre outros.

Com base nesse contexto, realizou-se uma pesquisa para entender as relações que ocorreram durante o período da Copa 2014 no Brasil entre hóspede e anfitrião.

Objetivos

O objetivo do artigo em questão é compreender, com base nas matérias selecionadas a partir da metodologia escolhida, as relações de hospitalidade (e de hostilidade) da comunidade local com os visitantes durante a Copa do Mundo 2014.

Metodologia

A fim de responder a problemática “Quais são as relações de hospitalidade (e de hostilidade) da comunidade local com os visitantes durante a Copa do Mundo 2014?”, realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório e qualitativa, com levantamento em dois grandes portais de notícias acessados pelos brasileiros: UOL (www.uol.com.br) e G1 (g1.globo.com).

Tal pesquisa foi realizada entre os dias 12 de junho e 13 de julho de 2014, período em que aconteceu o evento mundial no Brasil, a Copa do Mundo de 2014.

O procedimento da pesquisa foi o de coletar duas vezes ao dia, todas as matérias que estavam publicadas na *homepage* de cada um desses portais, que continham tanto em seu título, como no conteúdo do texto, palavras definidas pelas autoras como palavras-chave (Copa ou Copas, Fifa, seleção ou seleções).

Uma planilha foi criada para organizar todas as notícias coletadas ao longo do período em que aconteceu a Copa do Mundo 2014, com 3081 itens. Para melhor análise, foram cria-

dos quatro grupos de classificação, sendo eles: (G1) Fatos e análise de futebol e partidas da Copa - 822; (G2) Manifestações e expressão dos visitantes - 170; (G3) Comunidade local enquanto anfitriã - 499; (G4) Miscelânea – eventos, festividades, curiosidades - 1590.

Para o grupo G1, foram atribuídas todas as notícias referentes ao futebol e partidas que ocorreram durante a Copa do Mundo 2014, assim como os placares dos jogos, coletivas realizadas com técnicos e jogadores, cobertura dos treinos que ocorreram e foram abertos à imprensa, discussões técnicas e estratégicas que profissionais dessa área de esporte realizaram antes e após as partidas, entre outras.

No grupo G4 estão as notícias que tratam de diversos assuntos como previsão do tempo para os dias de jogos, celebridades que visitaram o país, programação das festas realizadas, curiosidades sobre maquiagem e cardápios temáticos, e ainda manifestações de brasileiros como greves por campanhas salariais e outras questões relacionadas à economia e à política, como a reeleição da atual presidente do Brasil.

O Grupo G2 é aquele que representa os visitantes, os hóspedes do Brasil – turistas estrangeiros, turistas brasileiros, seleções e delegações. Nesse grupo estão todas as matérias que, de alguma forma, retratam e expressam a voz ou atitudes dos visitantes em relação ao seu anfitrião: o Brasil e o povo brasileiro.

Por último, o grupo G3 contém as matérias que representam as impressões da comunidade anfitriã – o povo brasileiro – em relação aos seus visitantes e ao próprio evento mundial.

Por conterem as matérias diretamente ligadas às hipóteses levantadas pelas autoras, os grupos G2 e G3 foram analisados em maior profundidade de conteúdo das notícias, tanto em textos, como comentários dos leitores, em busca de elementos para o teste de hipóteses.

Na seção seguinte, onde serão apresentados os resultados, as referências às matérias coletadas serão feitas seguindo a seguinte ordem: Nome do jornalista, Portal Web ou caderno, seguido da data de acesso à página web que constam nas referências ao final do artigo.

Resultados

Após o período de coleta das matérias, seguida de sua classificação e análise, com o objetivo de compreender as relações de hospitalidade (e de hostilidade) da comunidade local com os visitantes durante a Copa do Mundo 2014, pode-se refutar a primeira hipótese levantada – (H1) a abertura para o turismo é meramente comercial, sem atitudes que demonstrem a inserção do visitante nas comunidades que ele visita.

Algumas medidas compulsórias como a retirada de 669 mendigos das proximidades de uma área turística, pela prefeitura do Rio de Janeiro, direcionando-os a abrigos lotados, foram tomadas. Tal medida indica uma ação meramente comercial e imediatista ao turismo mas outros materiais coletados revelam outra face desse momento esportivo vivido pelo país.

Apesar da atuação da Fifa e do auxílio do governo para as Fan Fests, em organizar, incentivar e promover os pontos onde essas festas aconteceriam, locais que não eram alvo dessa mesma organização programada, despontaram com uma forte vocação para acolher os estrangeiros, como o bairro de Vila Madalena, na cidade de São Paulo.

Fritz, um argentino encantado com o acolhimento que ele e seus amigos receberam no Brasil, a respeito da Vila Madalena disse: “Não temos ingressos, mas, depois do jogo, vamos para a Vila Madalena” (MACEDO, 30 jun, 2014). Dessa mesma forma, um representante da comunidade local compartilhava a mesma ideia, “Esse é o lugar que mais tem o clima do estádio. Até pela quantidade de estrangeiros, já vi colombianos e holandeses. Agora, sim, vai ter Copa” (PORTAL G1, 12 jun, 2014), afirmou o jornalista Marcus Lellis que comemorava na região.

A rua Augusta, ainda na cidade de São Paulo, fora do circuito da Fan Fest, recebeu muitos estrangeiros. Um advogado brasileiro de 31 anos e um economista croata de 35, viraram amigos de bar. O brasileiro, por fim, ajudou o novo amigo a se entrosar com outras pessoas na rua.

Outra ocorrência que revelou o envolvimento dos estrangeiros com a comunidade local de forma espontânea, foi a visita de um grupo de turistas à Quermesse do Calvário, no bairro de Pinheiros da cidade de São Paulo. A festa não fazia parte da programação da Fifa e ainda assim recebeu visitantes estrangeiros que aproveitaram para experimentar as comidas típicas dessa festa e a maioria elegeu o pastel de carne como preferido. A comunidade que os recebeu, demonstrou não ter encontrado dificuldades para se comunicar “[...] você mostra, manda experimentar, faz o gesto e eles vão comer [...]” (TV UOL, 30 jun, 2014).

As informações apresentadas acima, ilustram situações que refutaram a hipótese número 1 e, ao mesmo tempo, contribuem para confirmar a hipótese de número 2 – (H2) a população acolhe os visitantes, notadamente nos locais de concentração das equipes e delegações estrangeiras.

A ocorrência de matérias que continham depoimentos satisfatórios de visitantes, foi superior àquelas que se mostraram insatisfeitas. Manifestações positivas partiram, inclusive, de membros de seleções visitantes como a mensagem que o jogador da seleção alemã publicou em uma rede social, ao chegar na cidade do Rio de Janeiro, dizendo “[...] obri-

Uma nuvem de palavras foi criada utilizando os termos dos títulos das matérias pertencentes ao grupo G2 - Manifestações e expressão dos visitantes – onde se destaca uma das palavras-chave escolhidas (Copa) e também os destinos que mais receberam turistas e tiveram matérias locais publicadas, como a cidade de São Paulo e Rio de Janeiro. Outra ocorrência também observada são as palavras “argentinos” e “estrangeiros”.

Tal sentimento de acolhimento por parte do Brasil, manifestada pela maioria dos entrevistados e pelas matérias que partiram do olhar do visitante, confirmam a hipótese 3 – (H3) há manifestação dos visitantes em querer retornar ao Brasil após essa visita.

Em uma das matérias coletadas, foi possível ler a seguinte declaração: “[...] Foi inacreditável. Vamos voltar, dessa vez com nossos filhos. Olimpíadas, aí vamos nós!” (ORTEGA, 03 jul, 2014), disse Marco, um turista croata.

O policiamento intensificado por parte das cidades-sede, fez com que a sensação de caos e perigo disseminada previamente pela mídia internacional, diminuísse. Percebeu-se um certo número de ocorrência de matérias onde a polícia fez sempre as intervenções necessárias para conter tumultos tanto de manifestantes, no início do evento, como de torcedores no calor das comemorações ou quando existiram algumas provocações entre torcidas adversárias. Infelizmente, em uma dessas intervenções, uma repórter da rede televisiva internacional CNN, ficou ferida, mas sem um desfecho mais grave.

De maior gravidade foram os casos do indiano assaltado e agredido próximo a uma estação rodoviária de Salvador e do norte americano hospedado no centro histórico da mesma cidade, atingido por uma garrafa ao tentar reagir a um assalto. Esse último, por medo, e a pedido de sua família, regressou a seu país antes de previsto.

Tais incidentes não representam um grande número. Mesmo com acontecimentos mais violentos como esses ou aventuras menos perigosas, nos relatos dos turistas estrangeiros entrevistados, principalmente na matéria que traz o relato do turista croata Marcos, em retornar para as olimpíadas (ORTEGA, 03 jul, 2014), a impressão final é positiva e eles querem voltar.

Os fatores que motivaram os visitantes estrangeiros a retornar, são aqueles que servem de base para refutar parcialmente a hipótese 4 – (H4) A comunidade local está orientada à satisfação dos visitantes.

Com base nas matérias levantadas para a realização da pesquisa, não se observou ne-

nhum tipo de programa oficial para preparar e orientar a população a receber os turistas e trata-los de forma satisfatória. Entretanto, ao longo da leitura dessas mesmas matérias, percebeu-se que a comunidade anfitriã, ainda que de forma não induzida por órgãos ou entidades, propunha-se, de forma espontânea, a auxiliar os visitantes e, por muitas vezes, atuou de forma satisfatória.

No início da Copa do Mundo de 2014, existia um clima de dúvida e incerteza sobre o acolhimento que os visitantes receberiam. Isso se deu por conta das manifestações anti-Copa conduzidas por grupos de manifestantes. Parte da população não estava satisfeita com a ideia de ter sido destinada ao evento, uma grande soma de dinheiro para prover a estrutura de acolhimento enquanto o país sofre com a precariedade da infraestrutura básica. A matéria publicada pelo Portal UOL em 12 de junho de 2014, intitulada “Na abertura da Copa, brasileiros se dividem entre entusiasmo e revolta” (MELLO, 12 jun, 2014), retrata, em sua maioria, brasileiros que dividem opiniões entre a alegria de ter um evento mundial de futebol acontecendo dentro de casa, com aqueles que acreditam ser o evento de cunho elitista ou que outras questões necessitam de maior atenção e investimento.

Manifestações anti-Copa aconteceram de forma mais frequente nos primeiros dias do evento, para, então, diminuir, até darem uma trégua. No dia 21 de junho de 2014, uma matéria publicada com o título “Desgastadas, manifestações perdem força sem pautas claras durante a Copa” (MARTINS, 21 jun, 2014), identifica a falta de pautas mais claras, inexistência de demanda específica e até mesmo a violência policial como fatores que desestimularam as manifestações.

Essas matérias deram espaço àquelas onde a população brasileira passou a perceber o clima de globalização pelas principais ruas do país e aproveitar a oportunidade de se entrosar. Foi nesse momento em que elogios à população brasileira por parte dos estrangeiros tomaram lugar nas *homepages* dos portais pesquisados.

Além da simpatia e amabilidade do povo brasileiro, foi ressaltado principalmente o fato de serem sempre solícitos. O grupo de viajantes que estava junto a Marco, turista croata já retratado acima, comentou que, em São Paulo, um brasileiro os acompanhou por 3 quilômetros até que eles chegassem ao restaurante que estavam procurando.

Para muitos, o melhor do Brasil foi a felicidade e a cordialidade do povo brasileiro. Isso leva a refutar parcialmente a hipótese 4, já que os brasileiros não são orientados de forma organizada a satisfazerem seus visitantes, mas, de alguma forma, agem de maneira a satisfazer seus visitantes.

Muitos desses elogios foram frutos dos contatos realizados entre estrangeiros perdidos e brasileiros solícitos, ou em festas que aconteceram por todos os cantos das cidades-sede: desde os organizados para isso, como as Fan Fests, até os improvisados que se consagraram pontos de encontro da Copa do Mundo 2014, como as ruas do bairro Vila Madalena, na cidade de São Paulo.

Assim que o Brasil perdeu a sua chance de ser o vencedor do mundial, alguns pontos das cidades tiveram menos movimentação e houve inclusive alguns momentos de provocações entre argentinos e brasileiros, sendo necessária a intervenção da polícia.

Contudo, percebeu-se que existiram entre hóspedes e anfitriões, relações de hostilidade e hospitalidade. A primeira em menor quantidade, mas não passou despercebida. A segunda, tornou-se mais marcante junto aos visitantes que estiveram no Brasil.

Duas matérias publicadas no Portal G1 (www.g1.com.br), nos dias 3 e 7 de julho de 2014 (ORTEGA, 03 jul, 2014), demonstram que apesar dos turistas estrangeiros terem ciência dos problemas sociais do Brasil, muitos elogios foram feitos pelos mesmos em relação à forma como foram recebidos pelo povo brasileiro em sua maioria, deixando ainda registrado, por parte de alguns entrevistados nessas matérias, o desejo em retornar apesar de algumas aventuras mais desagradáveis que tiveram. Pontos como trânsito caótico, estradas ruins, lentidão e pequenos furtos foram identificados como negativos. Em seguida, elogios surgiram para a ordem no metrô, ônibus e mercados, estabelecimentos abertos por um período maior à noite, o otimismo dos moradores em relação à vida, onde mesmo com problemas de pobreza, entregam-se aos visitantes, a felicidade e a amabilidade das pessoas.

Da mesma forma, em uma das matérias publicadas no Portal G1 (www.g1.com.br) no dia 25 de junho de 2014, um jornalista relata que boa parte da imprensa internacional reconhece as falhas na organização do evento, do superfaturamento das obras e dos protestos ocorridos. Ainda assim, manifestam a sua crença desta ser a melhor de todas as Copas e que isso se deve unicamente ao povo brasileiro (MEDINA, 25 jun, 2014). O jornalista afirmou ainda que a eventos como esse, devem fazer parte também a alegria, a cordialidade e uma dose de improviso. A hospitalidade do povo brasileiro conseguiu contornar muitos dos problemas, ganhou a simpatia dos visitantes e despertou neles a vontade de regressar.

Por se tratar de um estudo exploratório, com curto espaço de tempo entre a finalização da coleta de dados, análise e preparação deste artigo, há limitações para generalizar as evidências ora apresentadas. O método se mostrou eficiente e poderá ser replicado em outros momentos relevantes, como as Olimpíadas em 2016, além de ser ampliado a outros portais e redes sociais, a fim de compreender por meio da opinião pública, as relações de hospitalidade e de hostilidade em dado destino.

Referências

BLANKE , Jennifer; CHIESA, Thea (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 - Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation. Geneva, WEF.

BROTHERTON, Bob; WOOD, Roy. (2004). “Hospitalidade e administração em Hospitalidade” in LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. Em busca da Hospitalidade – perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole.

CROITOR, Claudia. ‘The Guardian’ mostra recepção calorosa de Manaus a seleção inglesa. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/blog/brasil-visto-de-fora/post/guardian-mostra-recepcao-calorosa-de-manaus-selecao-inglesa.html>. Acesso em: 15 jun. 2014.

DE LAURENTIIS, Francisco. Cansado de torcida contra, técnico reclama: ‘Por que brasileiros não gostam da Grécia?’ Disponível em: <http://espn.uol.com.br/noticia/421846_cansado-de-torcida-contra-tecnico-reclama-por-que-brasileiros-nao-gostam-da-grecia>. Acesso em: 29 jun. 2014.

GOTMAN, Anne (2001). Le sens de l’hospitalité. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.

GOTMAN, Anne (2009). “O comércio da hospitalidade é possível?” in Revista Hospitalidade, São Paulo, p. 3-25. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/hospitalidade/article/view/311/299>>. Acesso em: 22 abril 2013.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (2000). In search of hospitality - Theoretical perspectives and debates. Oxford, Butterworth-Heinemann.

LASHLEY, Conrad; LYNCH, Paul; MORRISON, Alison. (2007) “Ways of knowing hospitality” in: LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. Hospitality: a social lens. Amsterdam, Elsevier. Cap. 13, p. 173-191.

MACEDO, Leticia. Argentinos querem Vila Madalena apesar de apelo da Prefeitura de SP. Disponível em < <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/06/argentinos-querem-vila-madalena-apesar-de-apelo-da-prefeitura-de-sp.html>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

MANTOVANI, Flavia. Esperávamos mais hostilidade dos brasileiros, dizem argentinos em SP. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/07/esperavamos-mais-hostilidade-dos-brasileiros-dizem-argentinos-em-sp.html>>. Acesso em: 09 jul. 2014.

MARTINS, Helena. Desgastadas, manifestações perdem força sem pautas claras durante a Copa. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2014/06/21/sem-pautas-claras-e-desgastadas-manifestacoes-perdem-forca-durante-a-copa.htm>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

MEDINA, Bruno. Padrão Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/blog/instante-posterior/post/padrao-brasil.html>>. Acesso em: 25 jun. 2014.

MELLO, Patricia C. Na abertura da Copa, brasileiros se dividem entre entusiasmo e revolta. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/06/1468964-na-abertura-da-copa-brasileiros-se-dividem-entre-entusiasmo-e-revolta.shtml>>. Acesso em: 12 jun. 2014.

ORTEGA, Rodrigo. A Copa acabou para eles... Turistas falam de ‘aventuras’ e elogiam polícia. Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/07/copa-acabou-para-eles-turistas-falam-de-aventuras-e-elogiam-policia.html>. Acesso em: 03 jul. 2014.

PORTAL G1. Copa em São Paulo. Disponível em <<http://g1.globo.com/sao-paulo/sao-paulo-na-copa/2014/cobertura/nota/12-06-2014/207369.html>>. Acesso em: 12 jun. 2014.

PORTER, Michael. E. (2008). *On Competition*. Harvard Business Review Press.

PRAHALAD, C.K.; RAMASWAMY, V. (2004). *The Future of Competition: co-creating unique with customers*. Harvard Business Review Press.

TV UOL. Gringos da Copa invadem festa junina e se apaixonam pelo pastel. Disponível em <<http://tvuol.uol.com.br/video/gringos-da-copa-invadem-festa-junina-e-se-apaixonam-pelo-pastel-04028C183270E4815326>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

UOL ENTRETENIMENTO. Querido no Brasil, Podolski chega ao Rio e posta: “Sabe de nada, inocente”. Disponível em <http://celebridades.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/12/querido-no-brasil-podolski-chega-ao-rio-e-posta-sabe-de-nada-inocente.htm>. Acesso em: 12 jul. 2014.

WADA, E. K. (2003). “Reflexões de uma aprendiz de realidade” in: DENCKER, A. D. F. M.; BUENO, M. S. *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, p. 61-71

Camareiras e *Stakeholders* da Hotelaria: Estudo de casos múltiplos Hotel Hilton São Paulo Morumbi, Ecolimp e ONG¹ APAF² - Brasil

Ana Maria Guimarães da Mota³

Carla Kiyokawa Wolff⁴

Elizabeth Kyoko Wada⁵

Resumo:

A pesquisa abordou as camareiras e os stakeholders da hotelaria. O problema da pesquisa foi “As relações de hospitalidade influenciam na contratação e capacitação das camareiras?” tendo como objetivo geral investigar se há relações de hospitalidade nos processos utilizados para a contratação e capacitação das camareiras. Especificamente, buscou-se identificar o perfil das profissionais camareiras; compreender como a hospitalidade é percebida; verificar se os stakeholders do núcleo familiar interferem na rotina profissional da camareira. A metodologia dessa pesquisa empírica de caráter exploratório foi baseada em revisão bibliográfica e estudo de casos múltiplos, com entrevistas semiestruturadas e observação participante. As seguintes hipóteses foram averiguadas: (H1) o perfil da profissional camareira pode variar de acordo com o ramo de atividade da empresa contratante; (H2) a relação de hospitalidade é percebida no momento da contratação e capacitação das camareiras; (H3) os stakeholders do núcleo familiar interferem na rotina de trabalho das camareiras e no índice de absenteísmo. O trabalho desenvolvido pela ONG além de promover a autoestima, reconstruir a dignidade, dar novos caminhos e oportunidades, desempenharem um papel importante em suas famílias e na sociedade com uma orientação voltada ao desenvolvimento da consciência da cidadania. Além disso, apoia o desenvolvimento de habilidades e competências que dão condições de trabalho e empregabilidade.

Palavras-chave: Hospitalidade, Stakeholders, Hotelaria, Recursos Humanos, Serviços.

1 Organização Não Governamental.

2 Associação Paulista de Apoio a Família.

3 Universidade Anhembí Morumbi – UAM, Mestranda em Hospitalidade e Bolsista CAPES, Rua Casa do Ator, 294, 7° andar, Vila Olímpia – São Paulo – SP, CEP: 04546-000, Brasil.

4 Universidade Anhembí Morumbi – UAM, Mestranda em Hospitalidade, Rua Casa do Ator, 294, 7° andar, Vila Olímpia – São Paulo – SP, CEP: 04546-000, Brasil.

5 Universidade Anhembí Morumbi – UAM, Coordenadora e Professora do Mestrado acadêmico em Hospitalidade, Rua Casa do Ator, 294, 7° andar, Vila Olímpia – São Paulo – SP, CEP: 04546-000, Brasil

1. Introdução

A escolha do tema “Camareiras e *Stakeholders* da Hotelaria” atrela-se ao desejo em aliar o conhecimento sobre profissionais camareiras oriundas de ações sociais (ONGs) e empresas terceirizadas, à formação em Hotelaria e pela convicção de que através das relações de hospitalidade possam criar, reforçar e administrar relacionamentos favoráveis na hotelaria.

A opção das três organizações para o estudo de casos múltiplos: Hotel, ONG e Empresa Terceirizada, na cidade de São Paulo, deu-se pelo interesse em conhecer melhor as diferentes origens e formas de selecionar e capacitar camareiras, levando em consideração a relevância da profissional dentro de um hotel para o andamento das atividades, e também das terceirizadas, que tem como responsabilidade a execução de uma gama de diferentes atividades, que não façam parte das atividades principais da empresa.

A escolha da empresa terceirizada Ecolimp, parte do grupo Apoio Ecolimp, se deu pelo seu ramo de especialização, que é a terceirização da limpeza e higienização hospitalar. Segundo Giosa (1995), a terceirização se baseia num processo de gestão, que ocasiona mudanças estruturais na organização, mudanças de cultura, procedimentos, sistemas e controles com o “objetivo único de atingir melhores resultados, concentrando todos os esforços e energia da empresa para sua atividade principal” (Giosa, 1995, p.11). Já Queiroz (1998) faz menção como sendo uma técnica administrativa que possibilita o estabelecimento de processos de transferência a terceiros, atividades acessórias das empresas, permitindo que estas se concentrem no seu negócio, ou seja, no objetivo final.

Já em relação às ONGs, realizou-se um levantamento na internet por ONGs que capacitam profissionais da área de hotelaria e turismo para o mercado na cidade de São Paulo, sendo escolhida a ONG APAF, por oferecer cursos de camareiras. Essa ONG busca atender além de crianças carentes, mulheres em vulnerabilidade social que precisam ser capacitadas para serem inseridas no mercado de trabalho, tendo como objetivo educar, capacitar e inserir tais profissionais no mercado.

O hotel Hilton São Paulo Morumbi foi escolhido devido ao seu forte nome no mercado hoteleiro em São Paulo e pela excelência nos seus serviços e também pelo seu potencial humano.

A hospitalidade se caracteriza pelo acolhimento ao próximo, a oferta de hospedagem e alimentação que pode ser remunerada ou não, sua prática é relatada em passagens na Bíblia e em muitas culturas era tida como uma obrigação moral, como no Oriente Médio que seguiam seus livros sagrados e sempre possuíam um local pronto para receber um forasteiro.

De acordo com Quadros (2011) a hospitalidade pode ser definida como a troca simbólica das relações humanas. As atividades relacionadas à hospitalidade podem ser inseridas nos domínios social, privado e comercial. No domínio comercial, a reciprocidade é feita por meio da troca monetária.

A hospitalidade estabelece relações com diversos envolvidos, que podem ser definidos como *stakeholders*. Freeman et al (2007) definem *stakeholders* como qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou que pode ser afetado pelo desenvolvimento das atividades de uma corporação.

Para orientar a análise o recorte se deu em organizações distintas, sendo elas, uma organização não governamental - ONG, empresa terceirizada e hotel. Para tanto, o estudo foi focado nas camareiras, profissionais da hotelaria responsáveis pela limpeza, higienização e organização dos quartos.

2. Referencial teórico

Uma das teorias base para o estudo foi a de *Stakeholders*, termo inglês que não possui uma tradução exata para o português, sendo definido, segundo Freeman (1984, p. VI), como “diversos grupos ou indivíduos que influenciam ou podem ser influenciados por uma organização”. O termo foi utilizado pela primeira vez em um memorando do *Stanford Research Institute* (SRI) em 1963, segundo Freeman & Reed (1983), para generalizar a noção de *stockholder* como único grupo do qual a administração deveria ser responsável. O memorando destacou que estratégias de sucesso são aquelas que integram os interesses de todos os *stakeholders*, e não os interesses de apenas um grupo.

Dessa forma, são aqueles que, de alguma forma, contribuem de forma positiva ou negativa no funcionamento do empreendimento.

Freeman (1984), visando organizar discussões em função de razões práticas, categorizou os *stakeholders* entre aqueles que causam mudanças internas à empresa tais como clientes, funcionários e sindicatos, investidores (ou financiadores, incluindo acionistas) e fornecedores, e outros grupos que geram mudanças no ambiente externo, mas que influenciam ou podem influenciar a empresa tais como o governo, a concorrência, serviço de proteção ao consumidor e a comunidade de uma forma ampla (Koga, 2011 p.21).

A importância dos *stakeholders* é comumente citada nos mais diversos ramos, com a prestação de serviços dos meios de hospedagem não seria diferente, a mesma é caracterizada pela intangibilidade e impossibilidade de estocagem, tendo assim um serviço de alta perecibilidade.

Serviço é uma atividade ou uma série de atividades de natureza mais ou menos intangível que normalmente, mas não necessariamente, ocorre em interações entre consumidores e empregados de serviços e/ou recursos físicos ou bens e/ou sistemas do fornecedor do serviço, que são oferecidos como soluções para os problemas do consumidor. (Gronroos, 1990, p. 27 *apud* Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004 p.30).

Na economia, os serviços de infraestrutura e comerciais atuam como intermediadores entre o produto e o cliente final e dessa forma tornam-se um pré-requisito para a evolução da economia industrializada da sociedade (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004).

Para Gronroos (1993, p.36) “serviços é uma atividade ou série de atividades de natureza mais ou menos intangível - que normalmente acontece durante as interações entre clientes e empregados de serviços que é fornecida como soluções aos problemas do cliente”. Para a ótica de Loverlock (2003).

Serviços é um ato ou desempenho oferecido por uma parte ou outra. Embora o processo possa estar ligado a um produto físico, o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedade de nenhum dos fatores de produção. Serviços são atividades econômicas que criam valores e fornecem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização de uma mudança desejada no destinatário do serviço (Loverlock, 2003, p.05).

Observa-se que, em hotelaria, os serviços são representados pelas atividades de telefonia, recepção, mensageiro, governança, gerência, limpeza, auditoria noturna, caixa, atendimento, onde há uma relação direta de acordo com sua categoria, influenciando diretamente nas decisões e percepções dos clientes.

Por isso, é importante saber as necessidades deles, conhecer seus desejos para que a empresa possa preparar para recebê-los e suprir suas expectativas. A qualidade percebida pelo cliente é tudo aquilo que o satisfaz ou não, Gronroos (1993, p.54) diz que “a qualidade de um serviço percebida pelo cliente tem duas dimensões: o resultado técnico (que é o que realmente o cliente recebe) e a dimensão funcional (que é a como ele recebeu o serviço)”.

Já para Dantas (2004, p.32), “os prestadores de serviços não podem ser pessoas despreparadas”. Assim, lidar com pessoas e praticar a hospitalidade não são tarefas simples. Segundo Lashley & Morrison (2004), a Gestão de Recursos Humanos nas empresas de serviços tende a ser influenciada pelo tipo de serviço prestado. De acordo com Mullins (2001), no setor hoteleiro as pessoas fazem parte de um dos principais pontos de sustentação das vantagens competitivas e para garantir que os hotéis atraiam os melhores profissionais do mercado, as estratégias de recrutamento precisam ser revisadas e atualizadas regularmente.

(...) recrutamento não deve ser considerado isoladamente, ou seja, não basta simplesmente encontrar alguém para executar um determinado trabalho; tudo deve estar no contexto de um plano de RH e de um programa de ação para a gestão de pessoal. É necessário considerar, por exemplo, o potencial para treinamento e promoções futuras e a adaptabilidade a possíveis mudanças nas práticas de trabalho (Mullins, 2001, p.275).

Para Tanke (2004), recrutamento pode ser definido como processo pelo qual a empresa seleciona o candidato melhor qualificado para um cargo vago. Entende-se que o trabalho das camareiras tenha certa relevância em um hotel, sendo que é a profissional responsável pela limpeza, higienização e arrumação das UHs. Sobre a higienização de um apartamento Castelli (2006, p.200) diz, “esse é um dos pontos críticos do processo de hospitalidade. Afinal o hóspede não pode sentir-se benquisto ou acolhido numa UH em que os lençóis estejam rasgados, o colchão em péssimo estado”.

Muitas vezes as atividades executadas pelas camareiras são equivocadamente confundidas com as tarefas domésticas realizadas por uma dona de casa, como citado por Guerrier (2000). Para essas profissionais, além de todo o conhecimento técnico, é necessário treinamento para o serviço e utilização dos produtos, criando técnicas e procedimentos (Laus, 2006).

Para Abreu (2003, p.29) “a hospitalidade pode ser definida como sendo o atributo ou característica que permite aos indivíduos de famílias e lugares diferentes se relacionarem socialmente, se alojar e prestar serviços reciprocamente”.

Já para Camargo (2003, p.19) “a hospitalidade pode ser conceituada como sendo um ato humano, que pode ser exercido em contexto doméstico, público e comercial, que envolve o ato de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas”. Para Gidra & Dias (2004, p.130), para melhor compreender a hospitalidade, se faz necessário “(...) reconhecer que ser anfitrião, hóspede e hospiteiro podem constituir três amostras que se referem a uma mesma coisa, elas podem ser encontradas com significados recíprocos em um mesmo indivíduo ou em uma mesma representação social da hospitalidade”.

2. Metodologia

Foi realizada uma pesquisa empírica de caráter exploratório, baseada em uma revisão bibliográfica e estudo de casos múltiplos com entrevistas semiestruturadas e observação participante. Para conceituar os termos utilizados no decorrer do estudo, a revisão bibliográfica a partir das palavras-chave, teve como base livros, dissertações, teses, documentos e periódicos relacionados com os casos analisados. Assim houve uma consolidação do conhecimento sobre o tema proposto e o objeto de estudo.

Para a confiabilidade da pesquisa foi utilizado o protocolo de Yin (2005) que é uma orientação, um instrumento de pesquisa, que estabelece diretrizes, regras e procedimentos a serem cumpridos para o sucesso da pesquisa. O protocolo precisa ter os seguintes aspectos Yin (2005).

- visão geral do projeto do estudo de caso (objetivos e patrocínios do projeto, questões de estudo e leituras importantes sobre o tópico que esta sendo investigado); - procedimentos de campo (apresentação das credenciais, acesso aos “locais” do estudo de caso, fontes gerais de informações e advertências de procedimentos); - questão de estudo de caso (questões específicas que a pesquisa do estudo de caso deve manter em mente ao coletar os dados, planilha para disposição específica de dados e de fontes em potencial de informações ao se responder cada questão); - guia para o relatório do estudo de caso (esboço, formato para os dados, uso e apresentação de outras documentações, informações bibliográficas) (Yin, 2005, p.94).

Essa pesquisa buscou entender as opiniões de pessoas (funcionários, clientes e parceiros), envolvidas com três organizações atuantes em diferentes setores (Hoteleiro, empresa terceirizada e ONG) na cidade de São Paulo, com foco principal nas camareiras. Dados das organizações disponíveis em seus próprios *sites* foram à fonte para a formação do conhecimento sobre as mesmas.

O contexto do estudo se deu pelo fato da experiência profissional na área de governança, vivenciando o dia a dia a partir da ótica operacional e o assunto envolvendo profissionais camareiras despertar curiosidade em entender mais sobre suas peculiaridades no ambiente de trabalho. Este trabalho teve o objetivo de, com base na teoria disponível sobre o trabalho operacional, estudar as formas de relacionamentos na contratação e capacitação, e o conceito da hospitalidade para determinar as relações existentes e contribuir para o conhecimento sobre o setor.

Os primeiros contatos com os entrevistados foram feitos por e-mail apresentando toda a descrição da pesquisa e o termo de consentimento para utilização dos nomes dos locais e dos entrevistados. As entrevistas foram gravadas nos locais de trabalho dos entrevistados e cada uma teve duração média de 50 minutos, posteriormente transcritas com eliminação de vícios de linguagem, pausas, erros gramaticais e de concordância. Para utilização dos nomes dos locais e dos entrevistados foi solicitado à assinatura no termo de consentimento da pesquisa. A observação participante ocorreu na ONG APAF e teve uma duração de dois dias, nos quais foram observados dois momentos, o primeiro o relato da vivência no mercado de trabalho das alunas camareiras e o segundo a cerimônia de formatura e entrega dos certificados de conclusão do curso de capacitação na área de hospitalidade.

As organizações para o estudo de casos múltiplos foram selecionadas levando-se em consideração seus ramos de atividade, e estão caracterizadas a seguir.

3. Caracterização dos Objetos de Estudo

3.1. ONG APAF – Associação Paulista de Apoio a Família

A observação participante ocorreu na ONG APAF, localizada na Rua Avanhandava, 485 - Bela Vista - São Paulo - SP, fundada em 2004 por pais e amigos da *Stance Dual School*, cujo objetivo era trabalhar com mulheres e crianças da comunidade que viviam perto da escola, em situação de vulnerabilidade social, dando a elas chances de inserção, interrompendo um ciclo de exclusão. A partir de 2009 a APAF passou a atender mulheres de qualquer região da cidade de São Paulo tornando-se um centro de referência, desenvolvendo habilidades e competências para o cuidado com a família possibilitando uma maior integração (<http://www.apafsp.org.br>).

A coleta de dados por meio da observação participante com o auxílio de um roteiro pré-definido abordando os pontos considerados necessários para o enriquecimento do trabalho. Essa atividade foi realizada após a vivência de 10 dias das participantes do programa no mercado de trabalho, em que as mesmas relataram suas experiências e foram avaliadas pelas profissionais da APAF, Psicóloga, Assistente Social e Assistente de Coordenação de Projetos.

Essa vivência foi feita depois de 2 meses e meio de cursos profissionalizantes com voluntários de várias áreas. Entre as atividades profissionais ofertadas estão: camareiras, copeiras, auxiliares de cozinha, passadeiras e serviços gerais. Sendo que todas as alunas participantes passam por todas as atividades durante o programa, e ao final do curso escolheram a área de seu interesse para fazer a vivência no mercado de trabalho.

3.2. Hotel Hilton São Paulo Morumbi

Localizado na Avenida das Nações Unidas, 12901 - Brooklin Paulista, São Paulo, dentro do CENU (Centro empresarial Nações unidas), perto de um dos maiores centros empresarial e financeiro de São Paulo e próximo de importantes avenidas de São Paulo (<http://hilton-morumbi.com.br/hotel/>). O prédio tem 28 andares e possui 503 apartamentos, tendo toda estrutura de hospedagem, lazer, alimentação e eventos. A equipe de governança é composta por 48 colaboradores, sendo que cada camareira costuma fazer entre 11 e 14 apartamentos dia.

No Hilton a coleta de dados foi por meio de entrevista com roteiro pré-definido com a Governanta Executiva Elif Eralp no dia 06/06/14.

3.3. Apoio Ecolimp

A empresa Apoio Ecolimp é especializada em limpeza hospitalar e conta com um amplo quadro de clientes; dentre eles estão organizações como: Hospital Total Cor, Hospital São Lucas, Amil, Nascimento e Turismo, Hospital Paulistano e o Hospital Nove de Julho, além de outras organizações nas áreas laboratoriais, imobiliárias e clínicas.

A empresa foi fundada em 1988 e inicialmente era especializada em atender o mercado hospitalar e contava com apenas 8 colaboradores. Atualmente, emprega cerca de 2000 pessoas com sedes nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Sua matriz em São Paulo localiza-se no bairro de Mirandópolis, na Rua Comendador João Gabriel, 90; e no Rio, está em Duque de Caxias, na rua Professor José de Souza Herdy, 245. (www.apoioadm.com.br). Por desempenhar atividades de alta complexidade, o Grupo Apoio Ecolimp trabalha segundo padrões e técnicas estabelecidas e validadas pela CCIH (Comissão de Controle de Infecção Hospitalar), utilizando apenas produtos e equipamentos registrados e autorizados pela vigilância sanitária (ANVISA).

4. Análise dos Resultados

4.1. Observação Participante ONG APAF

Roteiro da observação participante na atividade de avaliação das alunas

Data: 05/11/2013

Horário: 08h30min às 12h30min

Local: APAF – Rua Avanhandava, 485 – Bela Vista/SP

- Total de alunas na atividade, perfil e faixa etária
- Quais os locais de vivência citados
- Relato da vivência nos locais de estágio
- Relação das alunas com os profissionais presentes
- Considerações e avaliação feitas pelos profissionais (Psicóloga e Assistente Social)
- As expectativas das alunas em relação à inserção no mercado de trabalho

Quadro1: Roteiro da observação participante: Fonte: Autoras (2013)

Neste roteiro de avaliação foi observado um total de 28 alunas entre a faixa etária de 20 a 54 anos, sendo a maioria provedoras da família, ou seja, responsáveis pelo sustento da casa e pelo cuidado dos filhos ou até mesmo de outros parentes. Ressaltando que dentre o grupo de 28 alunas somente 10 fizeram vivência como camareiras, sendo as outras divididas entre as áreas de passadoria, auxiliar de cozinha, copeira e serviços gerais. Em relação aos locais de vivência citados estão os hotéis: Novotel Jaraguá, Center Norte e o Mercure Alameda.

Num segundo momento da atividade foi solicitado pela psicóloga que as alunas se separassem e formassem grupos por áreas de vivência, para debaterem sobre suas experiências. Ao realizar essa dinâmica, cada grupo deveria citar os pontos que caracterizavam as oportunidades e as ameaças da profissão escolhida. O grupo de camareiras com 10 alunas fizeram os seguintes apontamentos descritos no quadro 2:

| PROFISSÃO CAMAREIRA | |
|--|---|
| OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Várias vagas no mercado • Conhecimento • Agilidade • Troca de informações • Convivência e Novas amizades • Contatos | <ul style="list-style-type: none"> • Esforço físico e Problemas de Saúde (Coluna, tendinite, câimbras) • Quantidade de apartamentos • Produtos fortes • Dinâmica (correria) |

Quadro 2: Oportunidades e ameaças da profissão camareira: Fonte: Autoras (2013)

Nota-se que em oportunidades foram citadas as novas amizades, a convivência e os contatos, ficando evidente que as relações pessoais eram importantes. Todas concordaram que foram muito bem recebidas pelos profissionais nos locais de vivência e com isso houve certo encantamento pelo ambiente de trabalho, evidencia que a relação de hospitalidade existe, é percebida pelas alunas facilitando seu aprendizado, sendo confirmada pelos relatos e satisfação das alunas em relação à convivência.

Já nas ameaças a grande maioria cita os problemas de saúde que a profissão pode causar pelo grande esforço físico realizado nas elaborações de suas tarefas e reclamam da dinâmica do trabalho por ser corrido e cansativo. Um dos casos a ser destacado é da experiência de uma das alunas em um hotel onde não havia o carrinho da camareira: *“Como pode uma camareira sem carrinho. Fiquei o dia todo com uma sacola pendurada no braço para cima e para baixo, sem contar que a Governanta me colocou no 15º andar e de repente me jogou lá para o 1º andar, e eu fui com a sacola no braço correndo escada abaixo”*¹.

Quando foram questionadas pela psicóloga quem gostaria de seguir na profissão, metade do grupo disse que seguiria, pois gostaram da experiência e era uma oportunidade de voltar ao mercado de trabalho. *“Trabalhamos muito nessa profissão de camareira, mas já é uma oportunidade de ficar no mercado de trabalho, nem que seja para pegar experiência e depois consigo coisa melhor”* concluiu uma aluna.

¹ Todos os trechos (falas) das entrevistas e observação serão apresentados em itálico.

Já as outras 5 participantes não seguiriam a profissão, e a considera como **não sendo** “trabalho de gente”, como relata uma delas, “*eu, trabalhar como camareira, não quero isso para minha vida, esse negócio de ficar o dia todo colocando aquela capa duvet¹, isso não é trabalho de gente, sem contar que depois a gente nem aguenta levantar o braço de tanta dor, não quero isso não*”. Com isso percebe-se que nem sempre a oportunidade de trabalho oferecida é aproveitada.

Desse grupo de 10, 2 saíram da vivência já contratadas e uma aluna desabafou “*foi maravilhoso, agora posso dormir em paz só de saber que vou ter um salário no final do mês e o que dar de comer para meus filhos, isso me alegra muito e mesmo o trabalho sendo muito pesado, não me importo, tem coisas mais importantes para me preocupar do que com o trabalho pesado*”.

No final da vivência cada empresa que recebeu as participantes mandou uma ficha de avaliação para a Assistente Social, com uma avaliação sobre seu desempenho e comportamento, e se a contratariam. Em alguns casos foi relatado na avaliação que não haveria possibilidade de contratação, pois durante a vivência houve faltas por motivos diversos como resolver problemas pessoais ou familiares, ficando assim com receio de contar com esses problemas no futuro.

Observou um bom relacionamento das alunas com as profissionais que conduziam a atividade, e entre elas. Um ponto notável foi à satisfação com os cursos oferecidos pela APAF e as oportunidades que elas teriam para conseguir a inserção no mercado de trabalho. O encantamento com os locais de vivência, mesmo das que disseram que não seguiriam a profissão de camareira, ocorreu pelo simples fato de serem bem recebidas e por ter feito novas amizades, o que indica a existência da hospitalidade.

Outro ponto em destaque foi o incentivo dado pelas profissionais para o ingresso no mercado de trabalho, por intermédio de contatos com empresas de diversos ramos do mercado profissional, e até mesmo a procura em sites de empregos online ou em seus cadastros, sem o suporte da ONG essas pessoas poderiam enfrentar dificuldades de inserção no mercado por conta própria devido, por exemplo, a falta de referências.

5. Teste das hipóteses: Hotel Hilton São Paulo Morumbi e Ecolimp

O resultado desta pesquisa se deu por intermédio da análise de conteúdo das entrevistas para o teste de hipóteses. A seguir o teste pautado nas falas dos entrevistados.

1 Capa de envelopar edredom.

5.1 Hipóteses 1 - O perfil da profissional camareira pode variar de acordo com o ramo de atividade da empresa contratante; Para essa hipótese pretendeu saber qual seria o perfil da profissional camareira, durante as entrevistas foi solicitado aos entrevistados que definissem o perfil das suas camareiras.

Para a Governanta Executiva do Hotel Hilton Morumbi, Elif Eralp, o perfil tem que ser proativo *“gosto da proativa, as minhas meninas são muito inteligentes, espertas e muito vivas se elas não fazem é porque não querem fazer, porque sabe muito bem o trabalho, então o perfil é esse, proativas, gosta do que faz, alegres, eu tenho um perfil aqui de pessoas alegres, no meio tenho umas mais quietinhas, mas no geral são alegres, elas gostam de se comunicar, gostam da empresa, quando falam para os outros tem muito orgulho em dizer que trabalham para o Hilton, eu acho que a flexibilidade tem que ser uma característica de um hoteleiro, mas a proatividade é essencial”*.

Já para o Coordenador da Ecolimp, Adailton Cajaiba, a faixa etária conta muito no momento de contratar uma profissional para assumir o cargo de camareira, *“o perfil que adotamos são pessoas na faixa etária entre 30 e 43 anos, estão numa fase da vida mais madura, são mães e são pessoas mais preparadas, antes tínhamos um alto índice de falta e até pedido de demissão com pessoas mais novas, quando chegava nesse perfil camareira, temos pessoas mais novas, mas é para PS¹ ou lugares mais dinâmicos onde ela está diretamente em contato com o público e não está diretamente lidando com a carga emocional, pois o paciente ali é passagem ela não vai ver o mesmo sempre”*.

A hipótese foi confirmada por meio dos relatos dos entrevistados, sendo que, para o hotel o perfil desejado é de pessoas proativas e para uma empresa terceirizada o que conta é a faixa etária da pessoa.

5.2 Hipóteses 2 - A relação de hospitalidade é percebida no momento da contratação e capacitação das camareiras; Selwyn (2004, p. 26) assegura que a função básica da hospitalidade é *“estabelecer um relacionamento ou promover um relacionamento já estabelecido”*. Elif Eralp, Governanta do Hilton Morumbi, explica como é feita a contratação e o treinamento no hotel, *“O primeiro contato é feito por mim, faço a entrevista explico o trabalho e as responsabilidades, e se gosto a pessoa passa para a segunda etapa que é com Recursos Humanos, compara-se os resultados em cada etapa, e contratamos”*.

Depois têm dois dias intensivos de conhecimento de hotel chama 360 H, são treinados, apresentamos o hotel, recursos humanos, segurança, tudo que você possa imaginar, é um treinamento bem intenso para conhecer o hotel e o trabalho que eles vão fazer”. Esta

1 Pronto Socorro.

fala mostra que existe uma interação do novo colaborador com o novo ambiente de trabalho, que é quando são apresentados todos os departamentos, com ambiente e com as atividades que vão desempenhar, este preparo serve para que o novo colaborador não se sinta perdido em um ambiente novo, pois tem todo um acompanhamento nos primeiros dias de trabalho.

O Coordenador da Ecolimp, Adailton Cajaiba, também falou sobre como acolhe um novo colaborador *“no primeiro dia que a pessoa chega acolhemos primeiro, tira aquela tensão da pessoa, antes o funcionário que ia começar de manhã pedíamos para chegar 7 horas, e esse horário é a troca de turno e fica uma loucura e isso assustava a pessoa que estava chegando, a funcionária sumia, falava eu vou ficar nessa loucura? e ia embora, agora pedimos para chegar às 8 horas, pois já passou a troca de turno e está mais tranquilo um clima mais leve. A encarregada nesse dia se oferece para almoçar com a pessoa, que é para ela sentir mesmo acolhida, faz a integração e conhece todo o local de trabalho”*. Com esses relatos pode-se aplicar o conceito de hospitalidade de Gotman (2001, p. 493) que diz: *“A hospitalidade é um processo de agregação do outro a uma dada comunidade já existente, e a inospitalidade é o processo inverso”*, e confirmar a segunda hipótese.

5.3 Hipóteses 3 - Os *stakeholders* do núcleo familiar interferem na rotina de trabalho das camareiras e no índice de absenteísmo.

Essa hipótese buscou saber se existe alguma relação do núcleo familiar com o índice de absenteísmo. Os dois entrevistados confirmaram por intermédio de seus relatos e também falaram de algumas peculiaridades em relação ao perfil social das profissionais camareiras.

Para Elif Eralp, Governanta do Hilton Morumbi, *“o perfil das camareiras em todo hotel são parecidos, são mães solteiras, casamentos com problemas, segundo casamento, terceiro casamento, são mulheres com perfil bem interessante, além de uma vida dura, considero que o trabalho num hotel não é fácil precisa esforço físico, também é muito mental, essa parte de usar a cabeça a também estão sempre contra o tempo, eles tem que alcançar com normas, padrões e fazem 14 apartamentos por dia junto com as exigências dos hóspedes, cada perfil é diferente é surpresa também, cada porta que abre nunca se sabe o que vai encontrar dentro. A vida deles fora também não é fácil, viajam muito às vezes mais de uma hora, dois três ônibus até chegar aqui, quando vão para casa como todas as mães tem um monte de responsabilidades, então eu acho que apesar de tudo a equipe sempre responde e considero uma equipe vencedora, tenho muito orgulho deles”*. Ao questionada sobre a interferência familiar Elif explica *“interfere, eu tenho um caso essa semana que uma das moças não podia vir por dois dias, porque o filho fez uma cirurgia e não tinha com quem deixar, mãe solteira, eu entendo porque sou mãe também*

e se minha filha ficasse doente, naquele momento até ela se estabilizar eu ia me ausentar também, mas o que acontece, *as regras são claras, se você não veio e não trouxe atestado vai ter descontos. Então é difícil porque sabemos que o dinheiro faz falta para as pessoas, no caso dessa moça trocamos a folga e ela está pagando as horas que faltaram, teve outra que faltou semana passada dois dias, depois de novo aí tivemos que falar com ela tem que se cuidar porque sua ausência faz falta*”.

O coordenador da Ecolimp também foi questionado sobre a interferência familiar, e respondeu *“são pessoas que às vezes não tiveram uma oportunidade de estudos ou uma qualidade de vida melhor, principalmente na terceirizada, o perfil do funcionário muda quando é contratado direto ou de uma terceirizada. Mas o que eu vejo que interfere mais é na questão filhos, pois na maioria das vezes são mães e pais, o esposo está preso ou mesmo o filho preso, isso abala muito o emocional, mas tem muitas pessoas responsáveis e avisam quando precisam faltar, mas interfere”*.

Portando a hipótese de que os *stakeholders* do núcleo familiar interferem na rotina profissional foi confirmada pelos dois entrevistados.

6. Considerações finais

O trabalho realizado na ONG além de promover a autoestima, reconstruir a dignidade, dar novos caminhos e oportunidades e desempenharem papel importante em suas famílias e na sociedade com uma **orientação voltada ao desenvolvimento da consciência da cidadania**.

O objetivo de identificar a hospitalidade foi alcançado, confirmando a relação entre todas as partes com equilíbrio, partindo desde os colaboradores da APAF, como os voluntários, os profissionais nas organizações onde fizeram a vivência, bem como por parte dos responsáveis por contratação e treinamento no hotel Hilton Morumbi e com a empresa terceirizada Ecolimp. Por meio dos relatos que as participantes fizeram ao avaliar o tempo que estiveram na APAF e nos locais de vivência, foi percebido o quanto à convivência em equipe e experiência proporcionada nesse período foi significativo para elas. Os relatos da governanta do hotel e do coordenador da Ecolimp afirmam que fazem o possível para que o novo colaborador se sinta bem e integrado no ambiente.

Durante a pesquisa notou-se o quanto a relação familiar interfere na rotina de trabalho, podendo ser explicado pelo perfil social, cultural e da qualidade de vida que muitas vezes

não são favoráveis. Esse fato ocorreu em todas as organizações pesquisadas o que permite dizer que as camareiras tendem a ter um perfil social parecido.

A oportunidade proporcionada de fazer um curso de formação profissional já era uma conquista notável para muitas delas, pois além de terem adquirido uma experiência prática, ganhado novos conhecimentos e a possibilidade de desenvolverem habilidades pertinentes a funções exercidas neste mercado, o programa fez com que elas estivessem mais preparadas com chance de ingressarem no mercado de trabalho e se destacarem em um futuro processo seletivo.

Essa pesquisa é parte da dissertação de mestrado, em que se propõe entender as relações de hospitalidade na contratação, capacitação e treinamento de camareiras em múltiplas organizações, sendo apontados estes resultados até o momento. Outras pesquisas estão previstas em organizações como cooperativas e hospitais, com entrevistas semiestruturadas e autogeradas, em que o primeiro entrevistado indica as próximas duas entrevistas, baseado na teoria dos *stakeholders*, que são os que influenciam e são influenciados por uma dada organização. O pretendido é investigar mais três organizações o que no total dará uma quantidade de 9 entrevistas, sendo três por organização. Como contribuição espera entender os perfis dessas profissionais bem como as peculiaridades familiares e relação com o trabalho, onde novas pesquisas levam a um resultado complementar satisfatório.

Referências

Abreu, V. A. (2003). A Máquina da Hospitalidade, in: DENCKER, Ada de Freitas Maneti, Bueno, Marielys Siqueira (org.). Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Thomson.

APAF - Associação Paulista de Apoio a Família. Disponível em <http://www.apafsp.org.br/>. Acedido em 27 de março de 2014.

Camargo, L. O. de L. (2003). Os domínios da hospitalidade. In: Bueno, Marielys Siqueira & Dencker, Ada de Freitas Maneti (orgs.). Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Thomson.

Castelli, G. (2006). Hospitalidade na Perspectiva da Gastronomia e da Hotelaria. São Paulo: Saraiva.

Dantas, E. B. (2004). Atendimento ao público nas organizações: quando o marketing de serviços mostra a casa. Brasília: Senac.

Fitzsimmons, J. A. & Fitzsimmons, M. J. (2004). Administração de serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação. Ed. Bookman.

Freeman, R. E. & Reed, D. L. (1983). *Stockholders e stakeholders: a new perspective on Corporate Governance*. *California Management Review*, p. 91, USA.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Marshfield, Massachusetts: Pitman Publishing.

Freeman, R.; Harisson, J. & Wicks, A. (2007). *A Managing for stakeholders: survival reputation*. New Haven and London: Yale University Press.

Gidra, G. & Dias, C. M. (2004). Hospitalidade: da simplicidade à complexidade. In: A. d. (Coord.). Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, p. 119-136.

Giosa, L. A. (1995). *Terceirização: Uma abordagem estratégica*. Ed. Pioneira, São Paulo.

Gotman, Anne. (2001). *Le sens de l'hospitalité: essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre*. Paris. Presses Universitairesde France.

Gronroos, C. (1993). *Marketing: Gerenciamento e Serviços: a competição por serviços na hora da verdade*. Rio de Janeiro: Campus.

- Grupo de Apoio Ecolimp. Disponível em www.apoioadm.com.br. Acesso em 6 de julho de 2014.
- Guerrier, Y. (2000). Comportamento organizacional em hotéis e restaurantes: uma perspectiva internacional. São Paulo: Futura.
- Hotel Hilton São Paulo Morumbi. Disponível em <http://hiltonmorumbi.com.br/hotel/>. Acesso em 18 de junho de 2014.
- Koga, E. S. (2011). Análise dos Stakeholders e Gestão dos Meios de Hospedagem: Estudo de Casos Múltiplos na Vila do Abraão, Ilha Grande, RJ. São Paulo: Dissertação de Mestrado - UAM.
- Lashley, C & Morrison, A. (2004). Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas para um Mundo Globalizado. Barueri, SP: Monole.
- Laus, R. (2006). Administração Hoteleira - Desafios e Tendências para o Século XXI. São Paulo, DVS.
- Loverlock, C. & Wriqth, L. (2003). Serviços: Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva.
- Mullins, L. J. (2004). Gestão da hospitalidade e comportamento organizacional. Porto Alegre: Bookman.
- Quadros, Alexandre Henrique de. (2011). A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VIII, n. 1, p. 43-57, jan.-jun.
- Queiroz, C. A. R. (1998). Como implantar a terceirização: Manual prático de comportamento e de postura jurídica e operacionalmente seguros para obtenção de resultados eficazes. São Paulo, STS.
- Selwyn, Tom. (2004). Uma Antropologia da Hospitalidade. In: Lashley, Conrad; Morrison, Alison (org.). Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Tradução de Carlos David Szlack. Barueri: Manole.
- Tanke, M. L. (2004). Administração de recursos humanos em hospitalidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Yin, R. K. (2005). Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. Porto Alegre: Bookman.

Los pueblos indígenas de Tarapacá, Provincia del Tamarugal Chile y su patrimonio turístico.

Dr. Bernardo Muñoz Aguilar¹

Resumen:

Entender que un tipo de patrimonio cultural o natural, material o inmaterial, tangible o intangible puede poner en valor una cultura local, prehispánica y por ende originaria de un territorio, con sus consecuentes procesos de cambios culturales no deja de ser relevante a la hora de analizar el desarrollo de los capitales culturales y sociales de la región. A partir de su patrimonio originario y que deja a las comunidades indígenas con una eventual llave de desarrollo sostenible a la hora de poder gestionar su patrimonio poniéndolo en valor para la industria del turismo respetuoso no sólo con las propias comunidades detentoras de este, sino que también con el medio ambiente y con una puesta en valor de su cultura, la cual debe a su vez debe ser incorporada en la agenda de desarrollo de la región como un capital de alto valor para establecer rutas patrimoniales en la Provincia del Tamarugal y en el ADI Jiwasa Orage. Pero no sólo para esto, sino que también para planificar su conexión con otros destinos de la región surandina. La ponencia discute sobre la actual capacidad de los pueblos indígenas de la región de Tarapacá para enfrentar las demandas de gestión del destino turístico identificado en su ADI y en los parques nacionales y SNASPE, así como reservas naturales existentes en sus territorios y de la puesta en valor de sus patrimonios culturales y naturales en relación a la cadena de valor que representa la industria del turismo de intereses especiales TIE, turismo cultural, turismo comunitario o turismo rural, dentro de las muchas acepciones existentes y que demandan de este tipo de turismo un acercamiento a los estándares internacionales que impone la industria del turismo para tornar a un territorio y a los patrimonios un producto turístico terminado, con calidad e identidad en la Región y por lo tanto un destino turístico.

Palabras Clave: Turismo comunitario, antropología y turismo, desarrollo endógeno, turismo andino

Marco Teórico

La ponencia discute sobre la actual capacidad de los pueblos indígenas de la región de Tarapacá para enfrentar las demandas de gestión del destino turístico identificado en su ADI y en los parques nacionales y SNASPE, así como reservas naturales existentes en sus territorios y de la puesta en valor de sus patrimonios culturales y naturales en relación a la cadena de valor que representa la industria del turismo de intereses especiales TIE, turismo cultural, turismo comunitario o turismo rural, dentro de las muchas acepciones existentes y que demandan de este tipo de turismo un acercamiento a los estándares internacionales que impone la industria del turismo para tornar a un territorio y a los patrimonios un producto turístico terminado, con calidad e identidad en la Región y por lo tanto un destino turístico.

Analiza la carencia de capital humano indígena capacitado en gestión de destinos turísticos, así como la falta de un polo académico que forme e investigue en el ámbito del turismo sostenible.

Genera una discusión sobre la falta de circuitos intercomunidades que permitan crear una interconectividad de las propuestas de productos turísticos entre las diversas comunidades aymaras y quechuas de la región, así como también con los actores locales nacionales e internacionales de la industria turística.

Discute y analiza la falta de políticas públicas concordantes con la oferta cultural y patrimonial existente en el ámbito andino de la Región, a pesar de formar parte del eje de desarrollo regional.

En este sentido uno de los ejes de Desarrollo regional, el turismo es entendido como factor de desarrollo económico y de fortalecimiento de identidad de las comunidades indígenas y de los emprendedores indígenas en los territorios andinos de la región y en el ADI Jiwasa Oraje.

Plantea la existencia de patrimonio cultural y natural relevantes pero advierte sobre la escasez de productos turísticos indígenas terminados en este eventual destino turístico.

Analiza y evalúa las políticas de diversos organismos especializados, tales como CONADI, SERNATUR, GORE, SERCOTEC, CORPORACION DE DESARROLLO entre otros y sus programas de formación de capital humano indígena y gestión de sus patrimonios culturales y naturales.

Compara y discute sobre los lineamientos que debiera portar la inexistente Estrategia Regional de Turismo, que estará terminada en diciembre y que debiera recoger los lineamientos estratégicos de la Estrategia Nacional de Turismo de enero de 2013.

Estudia la Estrategia Nacional de Turismo y su vocación hacia los pueblos indígenas y turismo.

Plantea por último en términos prácticos diversas propuestas de intervención.

Repasa el concepto de etnodesarrollo formulado en tesis doctoral de 1993 y co-formulado la CEPAL en 1995 y su validez para generar hasta hoy día instrumentos que generen productos turísticos con calidad e identidad por parte de los pueblos indígenas andinas que pueblan este territorio.

Analiza el accionar de los diferentes organismos que han desarrollado instrumentos para plantear modelos de desarrollo a partir del turismo de intereses especiales y como estos han dado cuenta de la diversidad cultural que portan los habitantes originarios de estos territorios y que han visto en la gestión de su patrimonio a través del turismo una oportunidad para su revitalización y a la vez pregunta el cómo se ha acercado a estos a la cadena de valor.

Discute sobre el proceso de puesta en valor del patrimonio cultural tangible e intangible, natural y paisajístico por parte de las comunidades indígenas de los territorios en cuestión y los pueblos aymaras y quechuas de Tarapacá.

Examina además la recuperación y empoderamiento de los principales recursos patrimoniales ancestrales por parte de las comunidades indígenas, especialmente en la zona de la ADI Jiwasa Oraje y su consecuente ejemplo sobre “cómo hacer” y lo que “no hay que hacer” desde la experiencia de las comunidades indígenas de San Pedro de Atacama.

Plantea reflexiones acerca de la superación de brechas en el turismo regional desde la óptica de la antropología y el turismo realizado en áreas de desarrollo indígena (ADIS) y en relación a la formación de capital humano, mecanismos necesarios para hacer de la gestión del patrimonio turístico un bien cultural y comunitario

Discute sobre los conceptos de asociatividad, sinergias relacionales, capitales culturales y sobre el turismo como una herramienta de desarrollo sostenible y generadora de un modelo de gestión que ponga en valor a todos los actores locales y comunidades indígenas en su relación con este y con las instituciones regionales, nacionales e internacionales para preguntar a los detentores originales del patrimonio cultural y natural, cual es modelo de etnodesarrollo que aspiran a generar.

Se pregunta cuales son los elementos que impiden la generación de un circuito conceptual de turismo que además de pretender generar una mayor y larga estadía de los visitantes, genere un circuito de intercambio entre el “visitante” y el “visitado”, más allá de la cadena de valor económica, para propiciar un “producto” turístico de calidad con identidad, que revele y genere capitales culturales de intercambio antropológico en su contenido, es decir

de respeto entre ambos actores finales, lo que incorpora también en este proceso a los operadores y empresarios del turismo no indígenas y que lucran con este capital patrimonial.

Plantea por último cual es el rol de la Academia en este proceso, a la luz de la experiencia internacional, nacional y regional, rol no menor en materia de generación de conocimiento, preservación y conservación de patrimonio no sólo en su variable patrimonial arquitectónica, sino que también en sus variables medioambientales, económicas, culturales y de resguardo de una identidad, que aún siendo dinámica y cambiante, podría a través del turismo sostenible y que incorpore a la antropología de esta región en su gestión, generar un polo de desarrollo acorde con los signos de los tiempos. Por lo tanto respeto entre los interactuantes, con “el otro”, y entre los distintos actores regionales es condición sin equanom para este tipo de desarrollo, condición que a la luz de las etnografías realizadas no se produce desde las categorías dominantes del modelo de gestión que rodea al turismo en esta región.

Objetivos

Entender que un tipo de patrimonio cultural o natural, material o inmaterial, tangible o intangible puede poner en valor una cultura local, prehispánica y por ende originaria de un territorio, con sus consecuentes procesos de cambios culturales no deja de ser relevante a la hora de analizar el desarrollo de los capitales culturales y sociales de la región.

A partir de su patrimonio originario y que deja a las comunidades indígenas con una eventual llave de desarrollo sostenible a la hora de poder gestionar su patrimonio poniéndolo en valor para la industria del turismo respetuoso no sólo con las propias comunidades detentoras de este, sino que también con el medio ambiente y con una puesta en valor de su cultura, la cual debe a su vez debe ser incorporada en la agenda de desarrollo de la región como un capital de alto valor para establecer rutas patrimoniales en la Provincia del Tamarugal y en el ADI Jiwasa Orage. Pero no sólo para esto, sino que también para planificar su conexión con otros destinos de la región surandina.

La ponencia discute sobre la actual capacidad de los pueblos indígenas de la región de Tarapacá para enfrentar las demandas de gestión del destino turístico identificado en su ADI y en los parques nacionales y SNASPE, así como reservas naturales existentes en sus territorios y de la puesta en valor de sus patrimonios culturales y naturales en relación a la cadena de valor que representa la industria del turismo de intereses especiales TIE, turismo cultural, turismo comunitario o turismo rural, dentro de las muchas acepciones existentes y que demandan de este tipo de turismo un acercamiento a los estándares internacionales que impone la industria del turismo para tornar a un territorio y a los patrimonios un producto turístico terminado, con calidad e identidad en la Región y por lo tanto un destino turístico.

Metodología

Plantea un acercamiento desde la etnografía hacia la superación de brechas en el turismo regional desde la óptica de la antropología y el turismo realizado en áreas de desarrollo indígena (ADIS) y en relación a la formación de capital humano indígena, mecanismos necesarios para hacer de la gestión del patrimonio turístico un bien social.

Desde la observación participante realizada se ha podido advertir la falta de políticas públicas pertinentes, aunque en el último período se han intentado dar respuesta a las demandas del desarrollo turístico comunitario. De otro lado se observa desde esta misma óptica la carencia de capitales relacionales y de asociatividad entre las instituciones estatales y las comunidades indígenas.

La antropología ha realizado investigaciones-diagnósticos que han demostrado que las brechas existentes para la práctica de un turismo comunitario o vivencial, no sólo se relacionan con la falta de una adecuada planta turística, conectividad, saneamiento básico de los poblados a visitar, entre otros aspectos, sino que también con la falta de redes sociales, acceso a las cadenas de valor, brechas económicas y culturales con el empresario no indígena, pero ante todo presenta déficits en su formación como microempresario y en la comprensión de los códigos institucionales que les presenta su incorporación a esta industria el sistema formal establecido.

La perspectiva que este modelo de investigación propugna está directamente relacionada con el etnodesarrollo y el desarrollo con identidad.

En el orden cultural, la relación de las comunidades indígenas con su patrimonio cultural tangible e intangible y su patrimonio natural ha sido ancestral y de respeto. La gestión turística sobre los mismos ha sido objeto de una gran discusión entre los miembros de las propias comunidades, para lo cual esta propuesta plantea como una salida de consenso el etnodesarrollo, entendido este como la capacidad de los propios pueblos de girar sobre su eje histórico y político, lo que en estos momentos lo puede representar el turismo comunitario, lo cual conduce a un proceso de desarrollo con identidad. Desde esta óptica son estos los ejes metodológicos que una intervención participativa debiera privilegiar.

Hallazgos o conclusiones principales

- Una de las principales brechas que presenta el turismo indígena, gestionado por indígenas o aquel que se realiza en territorios indígenas, es la falta de Capital Humano que pueda administrar y poner en valor sus capitales patrimoniales, sociales y culturales que componen un destino turístico, por lo tanto un Programa de Capacitación para este CH que contribuya a poner en valor su patrimonio cultural y lo acerque a

la cadena de valor de la industria turística regional, nacional e internacional es altamente relevante, tanto por sus contenidos como por los alcances de empoderamiento en la gestión patrimonial de los recursos turísticos andinos en su territorio.

- El turismo indígena en Chile necesita consolidarse a partir del desarrollo de políticas pertinentes en relación al patrimonio turístico que debiesen gestionar para tornarse una parte de la industria turística con calidad e identidad.
- Las comunidades deben poder decidir lo que se muestra y no se muestra de su cultura, lo que debe ser respetado por los tour operadores y diversos científicos e instituciones que lucran con la administración comercial de este patrimonio.
- Existe una alta necesidad de trabajar por parte de las comunidades indígenas, pero también por parte de los científicos sociales y los representantes del área académica e industrial del turismo de trabajar en los ámbitos de la interpretación y la elaboración de relatos homologados, que pongan en valor la realidad de la historia regional prehispánica, lo que generaría un importante plus no sólo para la sociedad nacional sino que también para el visitante extranjero. La interpretación y la elaboración de relatos sobre lo que se cuenta por parte de los tours operadores y de los guías indígenas deben ser homologados en torno a la historia real
- En el ámbito del conflicto y de la resolución de conflictos en Áreas de Desarrollo indígena y en torno a su patrimonio cultural y turístico deben primar las leyes indígenas, el código de buenas prácticas, pero fundamentalmente el tratado 169 de la OIT, lo que asegura la respetabilidad de su dinámico y cambiante patrón simbólico e identitario y que a la vez asegura la sostenibilidad de un turismo indígena, vivencial, rural, y también urbano, que tenga como actores a pueblos indígenas y su patrimonio natural, y cultural, tanto tangible como intangible. Se deben producir Mesas Regionales para la resolución de conflictos en torno a la explotación (empresarios no indígenas) y la gestión del patrimonio (comunidades indígenas), y el acceso a los recursos turísticos culturales y naturales.
- El turismo indígena en Chile necesita consolidarse para acercarse a la cadena de valor de la industria del turismo de intereses especiales, TIE.

Es debido a estos hallazgos y conclusiones principales que se elabora una propuesta para la superación de brechas a través de una serie de propuestas de acciones para un Programa de Turismo Sostenible y Naranja para la Región de Tarapacá.

La misma tiene como objetivo el tornar al Destino Turístico Tarapacá en el mejor gestionado del país. Aun no siendo un destino único, sí podría poseer el sello del destino con mejor gestión turística receptiva.

Dentro de la misma, los objetivos específicos han sido identificados como aquellos destinados a:

- a) Revisar los Planes y Programas de turismo sostenible regionales a partir de la Estrategia Nacional de Turismo.
- b) Contribuir en la elaboración de la Estrategia Regional de turismo.
- c) Reestructurar el concepto de Destino Turístico en base a un destino de turismo responsable, cultural, privilegiando la Provincia andina del Tamarugal, el turismo rural indígena-comunitario y de aventura para consolidar el destino Tarapacá como uno de “turismo sostenible” y un “turismo naranja”, programa este último que promueve el BID y la Universidad de Barcelona a través del Dr. Jordi Tresserras.
- d) Generar un Plan Maestro en Turismo Cultural y Rural para el ADI Jiwasa Orage y la Provincia del Tamarugal. A realizar en conjunto con CONADI, el MOP y CONAF.



¿Qué es el turismo naranja?

El **turismo naranja** es un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas.

El **turismo naranja** es un articulador y potenciador de la **economía naranja**, la economía cultural y creativa, contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad y mediante la configuración de **destinos naranja**, territorios o clusters turísticos con identidad cultural.

- e) Establecer circuitos intra e intercomunidades andina para permitir la mayor estadía y mayor gasto de los turistas adeptos al turismo cultural-rural-naranja.
- f) Interconectar la oferta de turismo rural, de playa y de compras con el eje Uyuni-Cusco-Quebrada de Humahuaca-San Pedro de Atacama-Tarapacá, lo que potenciará la venida de turistas llegados a Perú, Bolivia y noroeste argentino.
- g) Generar productos turísticos culturales y naturales materiales e inmateriales con calidad e identidad TERMINADOS y de acuerdo a estándares internacionales.
- h) Desarrollar una política de oferta de Rutas Gastronómicas y Patrimoniales para los turistas de cruceros de lujo, de tal forma de alargar su estadía en la Región y por ende el mayor gasto.

- i) Propiciar un Plan Maestro de Innovación en turismo receptivo en conjunto con hoteleros, restaurantes, operadores turísticos, Cámara de Turismo, guías turísticos, entre otros, en torno a la incorporación de los principales y más actualizados modelos de gestión turística en un destino..
- j) Generar un Plan de Capacitación y formación de Capital Humano en el ámbito del turismo a través de Programas de Capacitación y Diplomados en Gestión de Destinos Turísticos. La región no cuenta con el RRHH adecuado para gestionar ésta como un destino turístico exitoso.
- k) Turismo y energías renovables: En el marco de la nueva matriz energética 2025-2030, se estimulará la generación de Emprendimientos Turísticos con una matriz energética ecológica en base a la energía solar.
- l) Se propiciará el Turismo de voluntariado, que tiene como base la participación de estudiantes extranjeros y nacionales que tienen como misión compartir-aprender-enseñar buenas prácticas de turismo cultural receptivo, especialmente en comunidades aymaras y quechuas de la región. Existen las conexiones internacionales a nivel académico y de Centros de investigación en turismo para generar este vínculo, esto a nivel regional, de la subregión andina, Norteamérica y Europa.
- m) Difusión del Destino Tarapacá en distintas ferias nacionales e internacionales a través del concepto de turismo naranja (cultural, sostenible-educativo).
- n) Formulación de Plan de Marketing en Gestión de Destino turístico y Plan de Marketing del destino turístico a nivel nacional e internacional.

CEGAHO
CENTRO EMPRESARIAL GASTRONÓMICO HOTELERO
Planificación Gastronómica y Turística Sostenible

UNIVERSIDAD GASTRONÓMICA

DISEÑO RUTAS GASTRONÓMICAS Y TURÍSTICAS SOSTENIBLES

(14 y 15 de noviembre 2013, Ciudad de México)

DESARROLLO:

1. Megatendencias turísticas y gastronómicas.
2. Los roles de organismos internacionales (UNESCO, Consejo de Europa y Unión Europea) para el patrimonio gastronómico.
3. Una mirada hacia América Latina y México.
4. Turismo gastronómico. Chees-kisi. ¿Ofrecemos al turista todas las experiencias que tenemos a disposición en nuestro destino turístico?
5. La Gastronomía en las Convenciones UNESCO de Patrimonio Mundial (cultural, natural, mixto, paisajes culturales, itinerarios culturales) y Patrimonio Cultural Inmaterial. La cocina tradicional mexicana como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO 2010) y sus grandes retos.
6. La gastronomía y su impacto en el desarrollo social local y regional.
7. Sistema de seguridad alimentaria regional sostenible como condicionante del turismo gastronómico.
8. Planificación y gestión de rutas gastronómicas urbanas y rurales.
9. Desarrollo del modelo gastronómico y turístico: Plan, programas y proyectos.
10. Análisis de caso: la salvaguarda y la valorización del patrimonio gastronómico como elemento de identidad y motor de desarrollo local y regional. El caso de la Cocina Catalana.
11. La comercialización del turismo gastronómico.

EXPOSITORES

Dr. Antonio Montecinos (México)

Dr. Jordi Tresserras (España)

30% Descuento hasta el 22 de Octubre

DESARROLLO:

0155 5922 2394 @cegaho
informes.cegaho@cegaho.com.mx
www.cegaho.com.mx

- o) Creación de una imagen de destino turístico innovativo y de turismo naranja en conjunto con las principales Agencias a nivel nacional e internacional.
- p) Implementación de un Plan de Turismo Naranja en base al programa Economía Naranja del BID y del Turismo Naranja cuyo principal propulsor es el Dr. Jordi Tresseras de la Universidad de Barcelona.
- q) Certificación SERNATUR a Restaurantes y hoteles y de Certificación SERNATUR Rural en la Provincia del Tamarugal.
- r) Generar una Ruta Patrimonial cultural y natural, material e inmaterial que incluya y mejore los Planes de Manejo del Sistema Nacional de Parques y Áreas Protegidas por el Estado, SNAPE, Parques nacionales y Áreas protegidas. Se realiza con CONAF, SAG y CONADI.
- s) Diseñar en la práctica un Circuito efectivo de Museos, acorde con los principales lineamientos actuales de Museología, museografía y su puesta en valor para el turismo.
- t) Creación de una Ruta Gastronómica en Tarapacá que ponga en valor la cocina tradicional andina generando una política de seguridad alimentaria regional en torno al turismo. En conjunto con el LABPATC de la Universidad de Barcelona.
- u) Potenciar la ruta patrimonial del Capaq Ñan, declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO y que une a 6 países andinos.

Bibliografía

Rivera, Francisco; Pavéz, Cecilia: “Planificación y gestión del ecoturismo comunitario con comunidades indígenas” Reporte WWF, Chile, 2012. John Durston, Bernardo Muñoz, 1995. “El etnodesarrollo de cara al Siglo XXI”, CEPAL.

2013: Relaciones entre Chile, Perú y Bolivia desde la óptica de Tarapacá, en la actualidad. Actas del 8vo. Congreso nacional de Antropología. Arica, noviembre de 2013. En imprenta, publicación indexada.

2013: Desde la antropología al turismo sostenible. El patrimonio cultural indígena de Tarapacá como Destino turístico. Identidad e Innovación. Actas del 8vo. Congreso nacional de Antropología. Arica, noviembre de 2013. En imprenta, publicación indexada.

Bernardo Muñoz Aguilar, 1988. “Cultura, Desarrollo y Antropología”. 2 Congreso de Antropología de Chile, Temuco.

Bernardo Muñoz 1998: “Cultura, Desarrollo Antropología y relaciones interétnicas”

García, Miguel et al. 2008. “Propuesta para un modelo de gestión integral de destinos turísticos”. Euro Chile, Sernatur,

Claudia Toselli, 2006. “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”. Universidad del Salvador, Argentina,

Rafael Herrera Muñoz, 2009. “Estudio sobre turismo rural en Chile” Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Oficina Chile, Arthur Pedersen, 2005: “Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial”.

Unesco 2001, “Mapa del Patrimonio Mundial y turismo sostenible”.

Imtiaz Muqbil; 2009 “Turismo indígena: Mucho más que otro mercado más”, Autor: Executive Editor, Travel Impact Newswire. TB Berlín Servicio de prensa especial 06 /, 11 al 15 Marzo

Héctor Morales, Grupo de Investigaciones Agrarias. “Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena”.

Daniela Fantoni Alvares 2006 “Metodologías Participativas para la Formación del Capital Social y Desarrollo del Ecoturismo” Pontificia Universidad Católica de Belo Horizonte, Minas Gerais,.

Organización Mundial del Turismo “Código Ético Mundial para el Turismo, Naciones Unidas.

-Curriculum Vitae del Investigador en torno al tema del Turismo de Intereses Especiales, TIE:

-2013: Expositor en el 8vo. Congreso nacional de Antropología. “Relaciones entre Chile, Perú y Bolivia desde la óptica de Tarapacá, en la actualidad”. Arica, noviembre de 2013.

-2013: Expositor en el 8vo. Congreso nacional de Antropología. Arica, noviembre de 2013 “Desde la antropología al turismo sostenible. El patrimonio cultural indígena de Tarapacá como Destino turístico. Identidad e Innovación”.

-Abril 2012: Expositor en el Primer Congreso Iberoamericano de Turismo. Universidad Central, Santiago de Chile

-Julio-agosto 2010: Coordinador Académico y Docente del Diplomado en Turismo Comunitario en Rapanui. Ejecutado por parte del Instituto de Estudios Avanzados, IDEA, USACH.

-Abril a Diciembre 2010: Encargado del Diseño del Doctorado en Patrimonio turístico del Instituto de Patrimonio y turismo de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Paisajismo de la Universidad Central.

-Junio 2010: Coordinador de la Gira Tecnológica a Holanda y Alemania en el marco del “Circuito de Turismo de la Memoria en la Región Metropolitana

-Julio a octubre 2010: Investigador Asociado del Instituto de Estudios Avanzados, IDEA. Universidad de Santiago de Chile, USACH. Coordinador general y docente de dos proyectos Innova CORFO: “Circuito de turismo Indígena con indígenas aymara, Rapanui y Mapuche de la Región Metropolitana” y “Circuito de Turismo de la Memoria en la Región Metropolitana”.

Modelo para el análisis de la experiencia del ocio al aire libre y los vínculos con el territorio.

Andrés Ried Luci¹

Tomás Mera Álvarez²

RESUMEN

La ponencia presenta el desarrollo de un modelo para el análisis de la experiencia de ocio al aire libre y los vínculos con el territorio. Describe a su vez brevemente el marco teórico sobre el que se sustenta la propuesta. El modelo se centra en la identificación y análisis de los beneficios personales del ocio, los sentidos de la experiencia al aire libre en contacto con la naturaleza y la comprensión de los sentidos del lugar de aficionados al ocio al aire libre. Entiende los resultados de la experiencia de ocio, como un conjunto integrado de relaciones y significados que se entrelazan y dotan de sentido a la relación con la naturaleza, sus prácticas de ocio e inclusive sus vidas. El modelo propone una aproximación cualitativa que releva los alcances simbólicos e identitarios de la experiencia de ocio y sus vínculos con los territorios naturales. El modelo permite conocer los significados de la experiencia de ocio al aire libre en territorios protegidos, por lo que su aplicación en contextos latinoamericanos posibilitaría generar un conocimiento de gran utilidad para la gestión de áreas silvestres protegidas públicas y privadas y los potenciales turísticos de estos territorios.

Palabras clave: Ocio, Sentidos de Lugar, Beneficios del ocio, Lugares Especiales

1 Académico, rried@uc.cl Pontificia Universidad Católica de Chile - Centro de Desarrollo Local-UC.

2 Profesional, tmera@uc.cl Pontificia Universidad Católica de Chile - Centro de Desarrollo Local-UC.

Marco Teórico.

A priori el ocio al aire libre en contacto con la naturaleza, tiene al menos tres elementos que lo caracterizan y diferencian de otros ocios, por un lado, es un ocio que se desarrolla en espacios abiertos (al aire libre), lo que por definición sugiere que estas vivencias se despliegan o expresan más allá de los límites de muros o barreras artificiales. En segundo término, su objeto de disfrute y lugar del mismo es la naturaleza, o aquel ambiente que se percibe como natural. Y finalmente, supone un contacto, una relación, un encuentro con ese lugar. Podemos afirmar, que estos tres elementos aire libre, contacto y naturaleza, son aspectos que distinguen este ocio de otras manifestaciones.

Para algunos autores como Cuenca (2003, 2010), Arruti (2008, 2009) y Ried (2012) el ocio al aire libre debe entenderse bajo el amparo de la dimensión ambiental-ecológica¹. Se afirma, en particular, que este tipo de manifestaciones de ocio, se pueden clasificar en la vertiente ecológica de esta dimensión. Si bien es cierto, que la dimensión ambiental-ecológica hace referencia a la relación con todo tipo de ambientes, Cuenca precisa la particularidad que supone el estudio o análisis de la vivencia de ocio en la naturaleza “desde un punto de vista más reducido, pero especialmente importante en la vivencia tradicional de ocio, la dimensión ecológica hace referencia al encuentro con la Naturaleza” (Cuenca,2003:126). Arruti, lo reafirma y lo expresa del siguiente modo:

“De forma general se puede decir que la dimensión ambiental-ecológica viene a poner de manifiesto la importancia que el medio ambiente (físico - natural, rural o urbano, social o psicológico) tiene en las vivencias de ocio. Particularmente, la naturaleza (dimensión más ecológica) es, en muchas ocasiones, el núcleo central de múltiples experiencias de ocio” (Arruti A., 2009).

Atendiendo a lo anterior, se puede afirmar que el ocio al aire libre o las manifestaciones de ocio de la dimensión ambiental ecológica, particularmente en su vertiente ecológica, se refieren a un conjunto de experiencias voluntarias, autotéticas y libertarias, que se desarrollan en un espacio percibido como natural, a través de un encuentro², una conexión con la naturaleza y las personas, que tiene como resultado la satisfacción intrínseca y que contribuye directamente al bienestar y desarrollo humano. Así, lo particular y distintivo, de la vertiente ecológica de la dimensión ambiental ecológica del ocio, viene a ser la naturaleza como entidad que se constituye en objeto y lugar de la vivencia.

1 Cuenca identifica 5 dimensiones para el análisis de la experiencia de Ocio: dimensión festiva, dimensión lúdica, dimensión creativa, dimensión solidaria y dimensión ambiental-ecológica.

2 Entendido como el “entrevero de dos realidades que superan la condición de meros objetos (Cuenca, 2003:73)”.

De los beneficios del Ocio.

Se puede afirmar que la perspectiva de los beneficios de ocio, ha sido uno de los aspectos más importantes a la hora de investigar la experiencia de ocio. Ésta, no sólo provee de un marco adecuado para su comprensión, sino que además genera argumentos e información que permite fundamentar la necesidad de desarrollo de políticas y medidas orientadas a la promoción del ocio, tanto a nivel privado como público. El hecho, de evidenciar y difundir los variados e importantes beneficios que el ocio provee a las personas y la sociedad, afirma la cuestión de la direccionalidad positiva, por lo tanto, establece la obligación de atención sobre su aporte al desarrollo humano sostenible.

La perspectiva de los beneficios del ocio al aire libre, considera que las personas participan en actividades de ocio, debido a que perciben que con ello alcanzarán determinados efectos favorables, que se pueden entender como beneficios de ocio. De este modo, se sugiere que el comportamiento de la mayoría de los seres humanos está orientado por unos objetivos determinados o por la satisfacción de algunas necesidades (Crandall, 1980). Así, se reafirma la idea de que el ocio, no debiera ser visto sólo como una actividad como caminar, pescar, acampar, etc., en cambio, si debe ser conceptualizado como una experiencia psico-fisiológica que es autorecompensada y que ocurre preferentemente en el tiempo libre y es resultado de una elección libre (Driver, Manfredo, & Tarrant, 1996). Tinsley (1986), parte de la idea de que las oportunidades de ocio son importantes porque ayudan a la gente a satisfacer necesidades psicológicas básicas, especialmente aquellas que no se satisfacen en lugares y momentos de no ocio.

Una manera de analizar, el alcance total que tiene la experiencia de ocio, en función de sus beneficios, es la ya clásica definición desarrollada por Driver & Bruns (1999) y Driver, Douglass, & Loomis (1999), quienes para conceptualizar los beneficios del ocio se aproximan desde tres acepciones:

Como un cambio, un *mejoramiento de las condiciones actuales* de las personas, grupos de personas o incluso entidades, a una condición deseada, esto remite al logro de un deseo (por ejemplo; mejorar la condición física o la salud). Ejemplos de mejoramiento de condiciones provistas por las vivencias de ocio, superan el ámbito personal y psicológico, situándolo en esferas sociales, económicas y ambientales. En este sentido, se han podido observar cambios en dirección positiva; en edificaciones patrimoniales, espacios naturales protegidos, en comunidades locales y/o indígenas. Ejemplos de beneficios de orden social, se pueden encontrar en situaciones como; mayor cohesión social de comunidades, fortalecimiento de vínculos entre familias, recuperación del orgullo por las culturas originarias.

En segundo lugar se vincula con *la mantención de una condición determinada o la prevención del deterioro* de esa condición (por ejemplo; mantener la condición física o evitar la erosión de un sendero). En esta acepción se incluyen; mantención de la amistad, prevención de problemas sociales asociados a grupos en riesgo, la prevención de los impactos asociados al turismo (Driver & Bruns, 1999).

Finalmente se pueden entender los beneficios como *la realización de experiencias recreativas psicológicas satisfactorias* y son exclusivos de las personas, no incluyendo a grupos o colectivos. Entre algunos de los beneficios más recurrentes se encuentran; relajación mental, tranquilidad, disfrute de la naturaleza, desarrollo de habilidades, aprendizaje, unidad familiar, etc. (Driver, Douglass, & Loomis, 1999: 4-5). Algunas experiencias de ocio que se se pueden mencionar como proveedoras de experiencias psicológicas satisfactorias son; disfrutar de un orquesta sinfónica, sentido de bienestar espiritual al observar una puesta de sol, el sentimiento positivo que se vive después de hacer actividad física (Driver, Douglass, & Loomis, 1999).

A su vez, Driver, Brown, & Peterson (1991), sugieren que los beneficios de ocio se pueden categorizar en; personales, sociales, económicos y ambientales.

Los *beneficios personales* pueden incluir alcances relacionados con salud mental y física, el crecimiento y desarrollo personal, la construcción de la identidad, desarrollo de habilidades, las relaciones interpersonales, el bienestar espiritual, la satisfacción intrínseca, el disfrute estético, la percepción de competencia, entre otros. Probablemente este tipo de beneficios, han sido los que más atención han captado, de parte de los y las investigadoras en ocio.

Los *beneficios sociales* pueden incluir entre otros; el fortalecimiento de las relaciones familiares, el compromiso comunitario, la reducción y prevención de desviaciones y disfunciones sociales, el mejoramiento de procesos educativos.

Los *beneficios económicos* pueden incluir incremento de la productividad, reducción de costos de salud, y el crecimiento de la economía local. Estos beneficios incluso pueden ser observados a nivel global, basta dimensionar los alcances que tiene para economías nacionales, la denominada industria del ocio, un ejemplo de esto es el mercado de los videojuegos, cuya producción y comercialización, es una fuente de ingresos considerable para países asiáticos.

Los *beneficios ambientales* pueden incluir entre otros la reducción de índices de contaminación y la protección de especies en peligro de extinción o en estado crítico de con-

servación (Driver, B, Brown P.J., & Peterson, 1991; Driver, Douglass, & Loomis, 1999; Manning R. , 1999). Estos beneficios, tienen la particularidad que en primera instancia el objeto de beneficio es el medio ambiente y por añadidura los beneficiados son los humanos (Rolston III, 1991).

Los Sentidos del Lugar.

La relación entre el ser humano y la naturaleza, está determinada por una serie de componentes. Los más tradicionales han sido identificados como el ambiente físico y la persona. Sin embargo, producto de la evolución de la concepción de la naturaleza, de los espacios geográficos, de la psicología, la antropología e incluso de la arquitectura, estos componentes primarios, han ido enriqueciéndose y desarrollándose en torno a conceptualizaciones más complejas e integradoras. En este escenario, han surgido perspectivas que sugieren que los vínculos entre la naturaleza y el ser humano, dependen primordialmente la interacción entre la persona (con su cultura, sentimientos, emociones, sus significados y experiencias) y el ambiente físico o mejor dicho el lugar. Incorporando de este modo aspectos de carácter subjetivo y social que implican la consideración de cuestiones como la significación, el sentido, el simbolismo, las experiencias personales y colectivas con y en la naturaleza. El conjunto de estos elementos constituyen la noción de “Sense of Place” o sentidos del lugar, concepto que aglutina las diversas formas en que las personas se relacionan y establecen vínculos con los lugares y territorios.

Un primer punto que se ha entendido como uno de los elementos fundantes de la noción de sentidos del lugar, ha sido el proceso mediante el cual un espacio físico, se transforma en lugar, es decir, cuando a propósito de la experiencia personal y colectiva, el espacio adquiere sentido y significado, generando procesos de identidad e identificación. El espacio se ve como un lugar indiferenciado, hasta que producto de la experiencia, el conocimiento y el tiempo se convierte en lugar (Relph, 1976; Tuan, 1977). Esta afirmación es representativa de una perspectiva, que surge como una evolución de la ciencia de la geografía y fue liderada por el connotado científico chino Yi-Fu Tuan (1971, 1974) y el destacado geógrafo norteamericano Edward Relph (1976).

Esta contribución al conocimiento y la ciencia ha sido catalogada como una de las más originales, importantes y notables de la historia de la geografía humana (Agnew & Duncan, 1989; Seamon & Sowers, 2008). Los autores antes mencionados, elaboraron una perspectiva y un modelo (respectivamente) que describe como las personas perciben, identifican y significan el espacio, y cómo dependiendo de las actividades y significados que allí se les atribuye, éste se constituye en un “lugar”. Esto es, un territorio dotado de identidad, que contribuye a su vez a la construcción de la identidad del lugar y de las personas. El siguiente esquema presenta gráficamente el proceso antes mencionado.

Proceso de transformación del Espacio a Lugar.

Fuente: Ried (2012).

Objetivos.

Objetivo 1: Proponer un cuerpo conceptual y metodológico para investigadores de habla hispana para la evaluación y análisis de sentidos, valores, significados, beneficios y motivaciones de prácticas de ocio al aire libre.

Objetivo 2: Diseñar un modelo científico para estudiar los significados de la experiencia de ocio al aire libre y caracterizar los vínculos que se generan con el lugar donde se desarrollan esas vivencias.

Metodología.

La metodología desarrollada para la construcción del presente modelo de análisis se construye con los siguientes 6 pasos:

Paso 1. Análisis bibliográfico: análisis de la literatura específica referida a enfoques y aproximaciones metodológicas afines a los beneficios y motivaciones de experiencias al aire libre (beneficios personales) y Sentido de Lugar (lugares especiales, place identity y place dependence). Los criterios de búsqueda dicen relación con conceptos claves, año de publicación, lugar de aplicación de la y relevancia científica de la publicación.

Paso 2. Identificación y adaptación de instrumentos de medición cualitativo y cuantitativo: selección de aquellos instrumentos de mayor aplicabilidad y consistencia con los objetivos de diseño del modelo, sumado a la identificación específica las variables de estudio y el instrumento de medición utilizado. Implicó un proceso de adaptación y traducción de dichos instrumentos.

Paso 3. Construcción de la matriz de objetivos y variables de medición cualitativa: identificación del enfoque predominante de investigación (cualitativa), desarrollo de la matriz de relaciones de objetivos y variables de medición con foco en las dimensiones de estudio: 1) Beneficios de la experiencia de ocio al aire libre y 2) Sentido del Lugar.

Paso 4. Construcción, aplicación y validación de la entrevista: fase orientada a la aplicación piloto y definición de los instrumentos de medición del modelo, además de la determinación de la muestra y los criterios de selección de los entrevistados.

Paso 5. Selección área de estudio: dados los objetivos del modelo, la aplicación del mismo se desarrollo en un espacio natural protegido con objetivos de conservación y recreación.

Paso 6. Procesamiento de datos y análisis: se utilizó el software ATLAS.ti que permitió extraer, categorizar, y entrelazar segmentos de datos de una gran variedad y volumen de las fuentes entrevistadas.

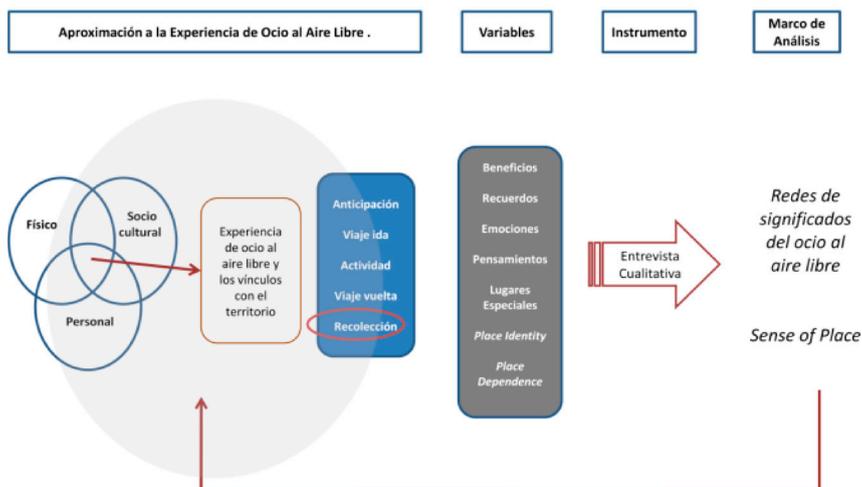
Resultados.

El modelo de análisis que se presenta pretende develar el alcance transformador de las vivencias de ocio al aire libre para aficionados a prácticas de ocio al aire libre, que dice relación con la consideración de la naturaleza, no sólo como el objeto y lugar para el ocio, sino como una entidad con la cual los y las aficionadas se contactan, encuentran y conectan, y a partir de esa conexión interna, personal, emotiva y simbólica configuran su experiencia, el lugar y su mundo de significados.

La perspectiva que caracteriza al presente modelo de análisis, es aquella que entiende la experiencia de ocio como un fenómeno que se expresa en diversas temporalidades, en otras palabras, tiene una cualidad multifase (Clawson & Knetsch, 1966) donde se destacan las fases anticipación, viaje de ida, actividad, viaje de regreso y recolección. En particular, el modelo se asienta en el valor de la vivencia en su estado final, es decir, una vez que ya se ha rememorado y asimilado la experiencia, esto permite entender los impactos y alcances que tiene el ocio en el largo plazo. Lo anterior, establece que los elementos que se deban analizar e intentar dilucidar como variables son aquellos característicos que se asocian con la vivencia de ocio ya consolidada y finalizada, también entendidos como resultados de la experiencia. En este caso, el modelo establece dos conjuntos de variables, uno que agrupa a elementos característicos de los resultados de la experiencia de ocio; beneficios personales, pensamientos, recuerdos, emociones (Quinlan Cutler & Carmichael, 2010), y otro relacionado directamente con los sentidos y vínculos que las personas establecen con territorios determinados; *special places* (Schroeder H. , 1991), “*place identity*” y “*place dependence*” (Williams & Roggenbuck, 1989; Proshansky, Fabian, & Kaminof, 1983).

A modo de resultado y como se observa en la ilustración, la aproximación que guía el modelo de análisis para afrontar el estudio de la experiencia de ocio al aire libre y sus vínculos con el territorio natural, es de carácter psicosocial, un modo de acercarse que considera tanto los aspectos físicos del entorno, los elementos socio culturales y por los componentes personales (donde destaca la subjetividad del individuo; sus actitudes, valores, motivaciones, beneficios esperados y experiencia personal de cada sujeto). Estos elementos son entendidos como una unidad, que producto de sus encuentros, relaciones e interrelaciones guiados por la actividad recreativa, se presentan como aquellos elementos que en su conjunto conforman la experiencia de ocio al aire libre en contacto con la naturaleza.

Modelo para el análisis de la experiencia del ocio al aire libre y los vínculos con el territorio.



Fuente: Ried (2012).

El enfoque metodológico del modelo de análisis es el cualitativo, fundamentalmente porque lo que se pretende estudiar son ámbitos relacionados con subjetividades, con aspectos sensoriales de la experiencia y por el intento de comprender y describir un fenómeno, más que enumerar y contabilizarlo.

El instrumento elaborado como base para el modelo de análisis fue una entrevista semi estructurada y se mostró particularmente adecuado para dilucidar y observar las variables establecidas y las categorías emergentes del estudio. Respecto de la validez y pertinencia de la herramienta diseñada, en primer lugar, se puede aseverar que la entrevista cualitativa semi estructurada especialmente elaborada para este trabajo, si es bien gestionada y utilizada, favorece el descubrimiento y develación de aquellos significados y sentidos de la práctica de ocio al aire libre en contacto con la naturaleza, y permite la caracterización de los vínculos entre los aficionados y el territorio,

ya que a través de ella se revelaron estos aspectos de un modo profundo, rico y diverso. Para el caso, de los sentidos del lugar el modelo considera el análisis de los lugares especiales, en conjunto con las cuestiones relacionadas con los aspectos simbólicos y emocionales (“*place identity*”) y las cuestiones funcionales (“*place dependence*”), de modo de obtener una mirada completa y compleja de los significados que las personas le adjudicaban a la naturaleza.

Objetivos y variables del Modelo de análisis.

Para la identificación de variables y el diseño de los instrumentos de esta investigación, se ha optado por las aproximaciones lideradas Herbert Schroeder y su *Special Places*; y Daniel Williams en el marco del concepto *Place Attachment*. Considerando los antecedentes presentados, la revisión desarrollada por su construcción y el enfoque cualitativo que nos orienta, las variables que el modelo propone estudiar, son:

- Beneficios personales del ocio identificados a través de diversas preferencias.
- Los lugares especiales por medio de las variables, lugares específicos, las emociones, sentimientos y recuerdos hacia ellos.
- La dimensión de vínculos identitarios con lugar o “*place identity*”.
- Los vínculos de dependencia del lugar o “*place dependence*”.

En la siguiente tabla se observan las dimensiones a estudiar y las variables utilizadas.

| Fenómeno a estudiar | Dimensiones a estudiar del fenómeno | Variables utilizadas |
|------------------------------------|--|---|
| Experiencia de ocio al aire libre | Beneficios personales | v1. Disfrute y Contacto con la Naturaleza v2. Escape a la Presiones Sociales y a la Vida Cotidiana v.3 Búsqueda de la Tranquilidad y la Soledad. v4. Unión Familiar v5. Estar con gente conocida v6. Aprendizaje v7. Bienestar espiritual |
| Sentido del Lugar o Sense of Place | <i>Special Places o Lugares Especiales</i> | v8. Significados y sentidos de los lugares v9. Identificación de lugares especiales v10. Pensamientos y emociones relacionadas con el lugar v11. Historias o relatos construidos a partir de la experiencia en el lugar |
| | <i>Place Identity</i> | v12. Vínculos y aspectos simbólicos y emocionales |
| | <i>Place Dependence</i> | v13. Vínculos y aspectos funcionales y de dependencia con el lugar |

Fuente: Ried (2012).

En lo que respecta al marco de análisis de los datos, en términos generales se establece que se compone de un análisis hermenéutico de las transcripciones de las entrevistas y su codificación, para seguir con la exploración de las relaciones, asociaciones y contradicciones entre las unidades de análisis, de ese modo se facilita la construcción de categorías y familias. Así, se establecen agrupaciones de significados que dan cuenta de los sentidos que las personas le atribuyen a sus prácticas de ocio al aire libre y las nociones e ideas con los que se refieren a su relación y vínculo con el territorio. En términos particulares se debe precisar que los significados atribuidos a la experiencia de ocio al aire libre en contacto con la naturaleza, se deben entender como elementos constitutivos de una red que actúa de modo sinérgico y holístico, es decir, donde se considera que el todo es mayor que la suma de las partes y donde todos los elementos se interrelacionan y dependen en mayor o menor medida de los otros.

Conclusiones.

Se concluye que la herramienta diseñada cumple con los objetivos propuestos, ya que a juicio de los y las entrevistadas y de los investigadores, permitió reflexionar acerca de las prácticas de ocio al aire libre y cómo éstas adquieren sentido e importancia en la propia vida y desarrollo de su identidad.

Asimismo, se asegura que respecto de la meta de identificar y caracterizar los vínculos que los y las aficionadas establecen con el territorio estudiado, también se muestra eficiente además de enriquecedora en la medida que no sólo permitió identificar lugares especiales y sus significados, sino que además facilitó (a través de la solicitud de contar historias) el despliegue de narraciones y anécdotas que contribuían a la expresión de lazos emocionales, identitarios y funcionales que se asociaban con sus maneras de mirar y relacionarse con el mundo natural.

Uno de los aspectos más destacados del modelo de análisis es la posibilidad de hacer una lectura integrada y holística de las narraciones de los y las informantes destinada a entender la relación ser humano naturaleza, ya que, aunque los temas que la entrevista buscaba indagar se encontraban diferenciados (por un lado; beneficios y significados del ocio al aire libre, y por otro los vínculos con el lugar), el *metarelato* del discurso que se construyó como *corpus*, evidencia y comparte relaciones más globales e integrales respecto al eje persona naturaleza, las cuales sirvieron como datos cualitativos de enorme significación.

Bibliografía

Agnew, J., & Duncan, J. (1989). *The power of place: Bringing together geographical and sociological imaginations*. Boston: Unwin Hyman.

Arruti, A. (2008). La manifestación del ocio en parques naturales. En M. J. Monteagudo, *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los estudios de ocio* (págs. 258-259). Bilbao: Universidad de Deusto.

Brooks, J., Wallace, G., & Williams, D. (2006). Place as Relationship Partner: An Alternative Metaphor for Understanding the Quality of Visitor Experience in a Backcountry Setting. *Leisure Sciences* , 331-349.

Clawson, M., & Knetsch, J. (1966). *Economics of outdoor recreation*. Baltimore: Johns Hopkins Press.

Crandall, R. (1980). Motivation for Leisure. *Journal of Leisure Research* , 12; 45-54.

Cuenca, M. (2003). *Ocio Humanista*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Driver, B., & Bruns, D. (1999). Concepts and Uses of the Benefits Approach to Leisure. En E. Jackson, & T. Burton, *Leisure studies: prospects for the the Twenty-First Century* (págs. 349-369). London: Venture.

Driver, B., Douglass, W. R., & Loomis, B. J. (1999). Outdoor Recreation and Wilderness in America: Benefits and History. En H. K. Cordell, *Outdoor Recreation in American Life: A National Assessment of Demand ans Supply Trends* (págs. 1-29). Champaign: Sagamore.

Driver, B., Manfredo, M., & Tarrant, M. (1996). Measuring Leisure Motivation: A Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scale. *Journal of Leisure Research* , 182-213.

Eisenhauer, B., Krannich, R., & Blahna, D. (2000). Attachments to Special Places on Public Lands : An Analysis of Activities, Reason for Attachments, and Community Connections. *Society & Natural Resources* , 13, 421-441.

Goytia, A. (2008). Ocio y Calidad de Vida. *Agathos*, 4-13.

Manning, R. (1999). *Studies in Outdoor Recreation*. Oregon: Oregon State University.

Monteagudo, M. J. (2004). Los beneficios del ocio ¿qué son y para qué sirven? *ADOZ*, 63-72.

Proshansky, H., Fabian, A., & Kaminof, R. (1983). Place Identity: Physical world and socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 57-83.

Quinlan Cutler, S., & Carmichael, B. (2010). The Dimension of the Tourist Experience.

En M. Morgan, P. Lugosi, & B. Ritchie, *The Tourism an Leisure Experience* (págs. 3-26). Bristol: Channel View Publications.

Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. Londres: Pion.

Ried, A. (2012). *El ocio al aire libre en contacto con la naturaleza*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Rolston III, H. (1991). Creation and recreation: Environmental Benefits and Human Leisure. En B. Driver, P. Brown, & G. Peterson, *Benefits of Leisure* (págs. 389-408). Pennsylvania: Venture.

Schroeder, H. (1991). Preferences and meaning of arboretum landscape: combining quantitative and qualitative data. *Journal of Environmental Psychology*, 231-248.

Schroeder, H. (2002). Experience nature in Special Places. *Journal of Forestry*, 100(5), 8-14.

Stein, T.V. and Lee, M.E. (1995). Managing recreation resources for positive outcomes: An application of benefits-based management. *Journal of Park and Recreation Administration* 13 (3), 52-70.

Seamon, D., & Sowers, J. (2008). Place and Placelessness, Edward Relph. En P. Hubbard, R. Kitchen, & G. Vallentine, *Key Texts in Human Geography* (págs. 43-51). London: Sage.

Tuan, Y.-F. (1974). *Topophilia*. Madrid: Melusina.

Tuan, Y.-F. (1977). *Space and Place*. London: Arnold.

Williams, D., & Roggenbuck, J. (1989). *Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results*. Blacksburg: Department of Forestry.

La Participación e Involucramiento de Actores locales vinculados al Turismo según las Directrices de Planificación del Uso Público Turístico de las Áreas Protegidas de Uruguay.

Melissa Gutiérrez Sepúlveda

Andrea Hidalgo Vallejos

Resumen

Las Directrices para la Planificación del Uso Público Turístico de las Áreas Protegidas de Uruguay, se plantean con un enfoque participativo, desde su elaboración hasta la puesta en práctica en las áreas. Estas Directrices, constan de Definiciones, Principios, Monitoreo de la Efectividad del Uso Público, Estrategias, Lineamientos para la implementación de las Estrategias, Elementos transversales en las estrategias y Documentos técnicos, entre otros. Se destaca para la temática de este artículo, los Principios relacionados con la participación de actores, y el documento técnico de referencia de Herramientas para la Participación de Actores con su estrategia de involucramiento relacionado con una Estrategia.

En cuanto a los Principios, que son cinco, dos de ellos tienen una relación directa con la participación y beneficio de la comunidad local o los actores locales: Contribución al Turismo Sostenible y Aporte al Desarrollo Local, éstos a su vez se nutren de criterios para aterrizar los principios con acciones concretas.

Las Estrategias identificadas para hacer operativos los principios, son tres, y se destaca la estrategia de “Elaboración de Planes de Uso Público” por su planificación integral y completa de todo el Uso Público de un área, lo que justifica su complejidad en la elaboración de un Plan. Esta estrategia, en sus lineamientos, describe como uno de sus primeros pasos la “identificación de tipos y forma de participación de actores” lo que llevó a generar un documento técnico de trabajo llamado “Herramienta para la participación de Actores” que permite identificar los actores que participarán en el proceso de planificación utilizando dos variables: una de prioridad, según su importancia en relación a su participación y otra de disposición, según el grado de acuerdo y capacidad del actor para la realización de las actividades relacionadas con el Uso Público; la intersección de esas dos variables genera acciones claves que determinan la estrategia de participación, que son la Participación Activa, Diálogo, Consulta e Información.

Para realizar las Directrices se realizó un Plan de Uso Público en un sitio piloto, en este caso el Paisaje Protegido Quebrada de los Cuervos (PPQC), en el Departamento de Treinta y Tres. Esta prueba piloto contribuyó en gran medida a los ajustes para que las Directrices fuese un documento no sólo teórico, sino que práctico. El Plan de Uso Público del PPQC identificó al Turismo como una amenaza directa a los objetivos de conservación del área y se identificaron estrategias para la gobernanza, el manejo de visitantes, el desarrollo del turismo sostenible y la educación e interpretación ambiental para reducir la amenaza del Turismo y que se transforme en un aporte a los objetivos de conservación. Es así como las Directrices, y su aplicación en un territorio, valoran como un elemento clave para la conservación de la biodiversidad la participación de los actores vinculados al Turismo.

Palabras Claves: Áreas Protegidas, Planificación del Uso Público, Participación de Actores, Turismo en Áreas Protegidas.

Marco Teórico

El Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) en Uruguay

En Uruguay existe la Ley 17.234 del 22 de febrero de 2000 que declara de interés general la Creación y Gestión de un Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SNAP), como instrumento de aplicación de las políticas y planes nacionales de protección ambiental. Siendo el único sistema de áreas protegidas reconocido en Uruguay. La creación del SNAP tiene por objeto, según el artículo 1°: "armonizar los criterios de planificación y manejo de las áreas a proteger, bajo categorías determinada, con una regulación única que fije las pautas de ordenamiento". Sin embargo, esta ley estuvo inoperante hasta el año 2005, cuando el Decreto 52/2005 del 16 de Febrero del mismo año da la reglamentación de dicha Ley.

El SNAP, institucionalmente está inserto dentro del Departamento de Biodiversidad y Áreas Protegidas, de la Dirección Nacional de Medio Ambiente (DINAMA), del Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA) y éste a su vez del Poder Ejecutivo.

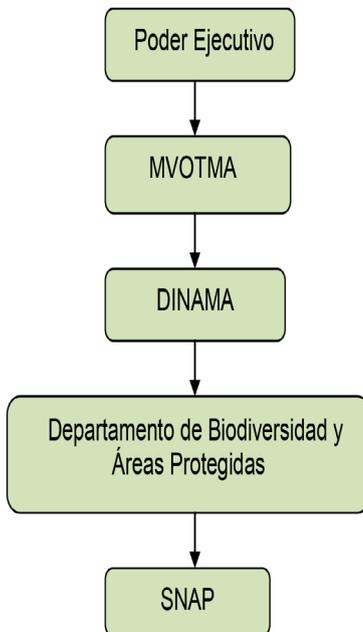


Figura 1: Jerarquía Institucional de las Áreas Protegidas en Uruguay. Elaboración Gutiérrez M.

El financiamiento del SNAP, luego de que el decreto 52/2005 pudo concretar la estructura institucional, proviene gracias a una gestión conjunta entre DINAMA y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), para obtener recursos desde el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF en inglés), la cooperación Española y la cooperación Francesa, con el nombre de “Fortalecimiento de las Capacidades para la Implementación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Uruguay” el año 2005 y “Fortalecimiento del Proceso de Implementación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Uruguay” el año 2007. Estos fondos permiten por primera vez tener recursos elevados para áreas protegidas en el país y permiten financiar la mayor parte de la creación y funcionamiento del SNAP, hasta la fecha (2014).

Actualmente, existen 10 áreas protegidas ingresadas al SNAP, todas con su respectiva categoría de manejo y son las siguientes:

- Paisaje Protegido Quebrada de los Cuervos, en el departamento de Treinta y Tres.
- Parque Nacional Esteros de Farrapos e Islas del Río Uruguay, en el departamento de Río Negro.
- Parque Nacional Cabo Polonio, en el departamento de Rocha
- Parque Nacional San Miguel, en el departamento de Rocha
- Paisaje Protegido Laguna de Rocha, en el departamento de Rocha
- Área de manejo de hábitats y/o especies Cerro Verde e Islas de la Coronilla, en el departamento de Rocha
- Paisaje Protegido Valle del Lunarejo, en el departamento de Rivera
- Paisaje Protegido Localidad Rupestre de Chamangá, en el departamento de Flores.
- Monumento Natural Grutas del Palacio, en el departamento de Flores
- Área de manejo de hábitat y/o especies Rincón de Franquía, en el departamento de Artigas.

De todas las áreas sólo una cuenta con un Plan de Manejo aprobado: el Paisaje Protegido Quebrada de los Cuervos. Existen más áreas que están en proceso de ingreso al SNAP y otras que están en proceso de elaboración.

Planificación de las Áreas Protegidas en Uruguay.

En el Decreto 52/005, reglamentario de la Ley 17.234 de creación del SNAP señala que la DINAMA “establecerá las directrices correspondientes para la elaboración de los planes de manejo de las áreas protegidas, las que deberán prever un modelo de estructura uniforme para los planes de manejo, los mecanismos para asegurar la participación de equipos multidisciplinarios y de los actores locales en la elaboración de los mismos, así como para evaluar la eficacia de la gestión en el cumplimiento de los objetivos del área”

Para ello, SNAP/DINAMA elaboró dos documentos de Directrices, uno es las “Directrices Nacionales para la Elaboración de Planes de Manejo” el año 2013 y el otro es las “Directrices para la Planificación del Uso Público” el año 2014, éste último en conjunto con el Ministerio de Turismo y Deporte (MINTURD). Ambos documentos de Directrices son de carácter obligatorios por resolución ministerial.

El Uso Público en las Áreas Protegidas

EUROPARC-España, define Uso Público como “El conjunto de actividades y prácticas, relacionadas con el recreo, la cultura y la educación que son apoyadas por un conjunto de programas, servicios e instalaciones que, independientemente de quien los gestione, debe garantizar la administración del espacio protegido con la finalidad de acercar a los visitantes a sus valores naturales y culturales, de una forma ordenada, segura y que garantice la conservación y la difusión de tales valores por medio de la información, la educación y la interpretación ambiental”.

A menudo las acciones enmarcadas en los conceptos de Uso Público y de Turismo tienden a confundirse, pero existe una clara diferencia entre los entes con responsabilidad en el tema, sin embargo, no se pueden trabajar por separado, pues el uso público es la materia prima del turismo y deben tener canales de comunicación expeditos entre ambos para el buen desarrollo de la actividad de visitas a las áreas protegidas.

Objetivos

Los objetivos planteados para realizar el trabajo son la Elaboración de las Directrices para la Planificación del Uso Público turístico de las Áreas Protegidas de Uruguay y Elaboración del Plan de Uso Público del Paisaje Protegido Quebrada de los Cuervos

Metodología

Las Directrices para la Planificación del Uso Público Turístico de las Áreas Protegidas de Uruguay se elaboraron con un equipo técnico de consultores interdisciplinario (Retos al Sur) e institucional (DINAMA/SNAP y MINTURD). Se construyeron según revisión bibliográfica, capitalización de experiencias nacionales y acuerdos de visiones entre instituciones involucradas, las Directrices se aplicaron a un área piloto: el Plan de Uso Público del Paisaje Protegido Quebrada de los Cuervos, el cual aportó considerablemente a las Directrices y viceversa.

A su vez la metodología paraguas para elaborar el Plan de Uso Público fue “Estándares Abiertos de la Conservación”¹ que posteriormente permitió generar una metodología propia para la elaboración de planes de Uso Público.

Resultados

El trabajo permitió elaborar las Directrices para la Planificación del Uso Público, el cual es un documento rector para las áreas protegidas que provee un marco para guiar la planificación y el desarrollo del Uso Público de las áreas del SNAP, contribuyendo a los objetivos de conservación del área.

Estas Directrices comprenden una serie de lineamientos institucionales, conceptuales y metodológicos dirigidos a implementar medidas que contribuyan a garantizar el manejo de los visitantes y su experiencia en beneficio de la sensibilización ambiental, de la conservación y del desarrollo local sostenible.

A su vez, el Plan de Uso Público es un documento que provee, bajo el encuadre del plan de manejo, un marco para guiar el desarrollo de las actividades de Uso Público, garantizando su calidad, su desempeño social y ambientalmente responsable y su contribución a los objetivos de conservación del área. Este Plan de Uso Público se enmarca en la planificación de las áreas protegidas del SNAP, ubicándose jerárquicamente bajo el plan de manejo de cada área.

Estas Directrices constan de Definiciones, Principios, Monitoreo de Efectividad del Uso Público en las áreas protegidas, Estrategias, Lineamientos para la implementación de las es-

¹ Los Estándares Abiertos fueron elaborados a partir de la experiencia acumulada por diferentes organizaciones en el área de conservación, reunidas en la Alianza para las Medidas de Conservación (Conservation Measures Partnerships – CMP), generando un lenguaje común y marco de referencia utilizado a nivel internacional.

trategias, Elementos transversales en las estrategias, Actualización de las directrices y Documentos técnicos. Por la temática del presente artículo se abordarán sólo algunos aspectos.

Los principios impulsan y dan referencia al desarrollo del Uso Público en el área protegida, de ellos se derivan las estrategias y posteriormente las acciones que realizará cada área en su Plan de Uso Público o en los Programas de los Planes de Manejo y/o en la Planificación Anual.

Están organizados en un Principio Fundamental y cinco Principios Complementarios, éstos a su vez se nutren de criterios para aterrizar los principios con acciones concretas.

El Principio Fundamental es: **El Uso Público tiene como prioridad la conservación de la diversidad biológica y sus valores culturales asociados; es una estrategia de gestión de las áreas protegidas de SNAP y se deberá planificar con un enfoque sistémico.**

Y los principios complementarios son:

- (1) Subordinación a los objetivos de conservación del área.
- (2) Contribución al Turismo Sostenible en el Área Protegida.
- (3) Aporte al Desarrollo Local.
- (4) Interpretación, Educación y Acogida al visitante.
- (5) Enfoque Sistémico.

Se desarrollarán a continuación los criterios, de sólo dos principios complementarios, seleccionados por su relación directa con la participación de la comunidad local.

Principio: Contribución al Turismo Sostenible en el Área Protegida
Criterios:

- El Uso Público contribuye al desarrollo del turismo sostenible, considerando los planes locales y políticas nacionales para su desarrollo.
- El Uso Público se incorpora en la cadena de valor del turismo sostenible con atractivos, servicios y equipamientos.
- Las actividades de turismo sostenible que se realizan en el área protegida incorporan criterios de gestión de calidad.
- El Uso Público facilita la articulación entre actores para promover el turismo sostenible en el área.
- El área protegida participa de los procesos de planificación del desarrollo del turismo sostenible de su zona de influencia.

Principio: Aporte al Desarrollo Local**Criterios:**

- El Uso Público provee de oportunidades de desarrollo para la población local.
- El Uso Público facilita la promoción de productos y servicios locales, principalmente los que incorporan la conservación de la biodiversidad en su sistema de producción.
- El Uso Público contrata preferentemente productos y servicios de proveedores locales.
- El Uso Público promueve la participación de actores locales, generando actividades para su beneficio.
- El Uso Público fomenta el respeto y reconocimiento de la cultura e identidad local en su gestión.
- El Uso Público cuenta con canales de comunicación reconocidos entre la administración del área y la población local.

Las Estrategias identificadas para hacer operativos los principios, son tres, y se destaca la estrategia de “*Elaboración de Planes de Uso Público*” por su planificación integral y completa de todo el Uso Público de un área. Tal estrategia deben desarrollarla todas las áreas protegidas en que la visita de público es una amenaza directa para los objetivos de conservación, por lo que es necesario establecer diferentes mecanismos para su gestión, lo que justifica la complejidad de un Plan de Uso Público.

En los lineamientos para la elaboración de Planes de Uso Público, describe en uno de sus primeros pasos la “*identificación de tipos y forma de participación de actores*”, con el fin de identificar quiénes y cómo participarán del proceso de planificación, lo que llevó a generar un Documento Técnico de Referencia llamado “*Herramienta para la participación de Actores*”, el cual permite identificar los tipos de actores que se involucrarán en el proceso de planificación de Uso Público, para ello se utilizan dos variables: variables de prioridad y variables de disposición. Variable de prioridad: determina su escala según la importancia en relación a su participación. Las variables son:

- **Prioridad Alta:** El actor tiene importantes intereses en el área protegida, ya sea porque es propietario de terrenos dentro de los límites del área, o porque ofrece servicios directamente relacionados con los atractivos naturales del área protegida. Las actividades del actor pueden eventualmente afectar los objetos de conservación y los objetivos del plan de uso público.
- **Prioridad Media:** El actor posee ciertos intereses en el área protegida de ma-

nera indirecta, ya sea a través de su relación con otros actores o por un interés general en la zona.

- **Prioridad Baja:** el actor posee escaso interés o un interés muy indirecto en el área protegida determinado principalmente por su relación con otros actores involucrados en el área.

La variable de disposición: determina su escala según el grado de acuerdo y capacidad del actor para la realización de actividades relacionadas al Uso Público. Las variables son:

- **Disposición Buena:** Las actividades principales del actor son coherentes con los principios del Uso Público o el actor posee la capacidad para modificar fácilmente sus actividades para hacerlas coherentes con tales principios.
- **Disposición Media:** Algunas de las actividades del actor son coherentes con los principios del Uso Público. La capacidad para transformar sus actividades es más compleja y genera cierto de conflictividad ambiental, cultural o económica.
- **Disposición Baja:** Las gran mayoría o todas las actividades emprendidas por el actor no son coherentes con los principios del Uso Público. La capacidad para transformar sus actividades es altamente compleja y genera altos grados de conflictividad ambiental, cultural o económica.

La intersección entre ambas variables, según su escala, genera acciones claves que determinan la estrategia de participación. Las acciones claves son las siguientes:

- **Participación activa:** Promover el involucramiento activo de los actores en las estrategias, acciones y decisiones del Uso Público.
- **Diálogo:** Establecimiento de canales de comunicación expeditos que permitan un entendimiento entre los participantes de acuerdo a los principios del Uso Público y la pertinencia cultural.
- **Consulta:** Refiere a la consulta e incorporación, en la medida de lo posible, de los criterios expresados por los actores prioritarios.
- **Información:** Refiere a la obtención de información desde los actores y a la entrega oportuna y eficaz de información desde el Uso Público a los actores interesados.

Las estrategias de involucramiento comunitarios, se determinan según la intersección de las variables y las acciones claves. Se desarrollan de la siguiente manera:

| Evaluación del actor | Acciones Claves | Descripción de la Estrategia |
|-------------------------------------|---|---|
| Prioridad Alta / Disposición Buena | Participación activa, diálogo e información | El actor se considera un aliado. Se debe identificar las fortalezas de la relación y las potencialidades de sinergia para reforzarlas constantemente. Se debe entregar y recibir información de manera constante y fluida. Cuando sea posible deben incorporarse los criterios de los aliados del Uso Público |
| Prioridad Alta y Disposición Media | Participación activa, diálogo, consulta e información | Se debe trabajar directa y constantemente con este actor. Se debe identificar los puntos de conflictividad y buscar acuerdos coherentes con los principios del Uso Público, respetando la pertinencia cultural de los sujetos. Se debe entregar y recibir información constante y fluida. Cuando sea posible deben incorporarse los criterios de los aliados al Uso Público. |
| Prioridad Alta y Disposición Baja | Participación activa, diálogo e información | Esta es prioridad en el involucramiento. Se debe identificar los puntos de conflictividad y los principales actores que se relacionan con este actor. Se debe trabajar directa y constantemente privilegiando los encuentros cara a cara y la resolución de conflictos. Se debe buscar la legitimidad del Uso Público en el resto del tejido social del área protegida. La entrega de información debe ser transparente y en la medida de lo posible pública. Se debe instaurar una política de diálogo abierto invitando a otros actores a participar. |
| Prioridad Media y Disposición Buena | Diálogo e información | Se deben identificar las fortalezas de la relación y reforzarlas. Se debe entregar información de manera constante |
| Prioridad Media y Disposición Media | Diálogo e información | Se deben identificar las fortalezas de la relación y reforzarlas. Se debe entregar información de manera constante. Se deben considerar potenciales conflictos futuros y monitorear su posible impacto en el Uso Público |
| Prioridad Media y Disposición Baja | Diálogo e información | Se deben identificar las fortalezas de la relación y reforzarlas. Se debe entregar información de manera constante. Se deben considerar potenciales conflictos futuros y monitorear su posible impacto en el Uso Público. Se debe instaurar una política de diálogo abierto invitando a otros actores a participar. |
| Prioridad Baja y Disposición Baja | Información | Se debe entregar información de manera constante |
| Prioridad Baja y Disposición Baja | Diálogo e información | Se debe entregar información de manera constante. Se deben considerar potenciales conflictos futuros y monitorear su posible impacto en el Uso Público. |
| Prioridad Baja y Disposición Baja | Diálogo e información | Se debe entregar información de manera constante. Se deben considerar potenciales conflictos futuros y monitorear su posible impacto en el Uso Público. |

Para realizar las Directrices se realizó un Plan de Uso Público en un sitio Piloto y se seleccionó el Paisaje Protegido Quebrada de los Cuervos (PPQC), Departamento de Treinta y Tres. Tal plan arrojó en el diagnóstico que unas de las amenazas que afectan a los objetos de conservación son el “turismo no sostenible” y “el turismo masivo en semana de turismo” (semana santa), y que uno de los factores de tal amenaza es la mala articulación con la cadena de valor del turismo, debido a eso es que la planificación, identificó que uno de los objetivos para disminuir las amenazas que afectaban a los objetos de conservación del área es: “Al 2019 el Uso Público del PPQC y la oferta turística de las Sierras

del Yerbal están insertos en la cadena de valor del turismo de la región contribuyendo al desarrollo local” y la estrategia identificada para cumplir con tal objetivo es “Incorporación y fortalecimiento de los productos asociados a la conservación de la biodiversidad y al Uso en torno a un conjunto de buenas prácticas definidas y acordadas con Público en la cadena de valor del turismo”, esta estrategia está basada en mecanismos de participación y comunicación que permiten generar acuerdos los actores del territorio. (Ver Figura 2 Para todos los objetivos y estrategias del Plan)

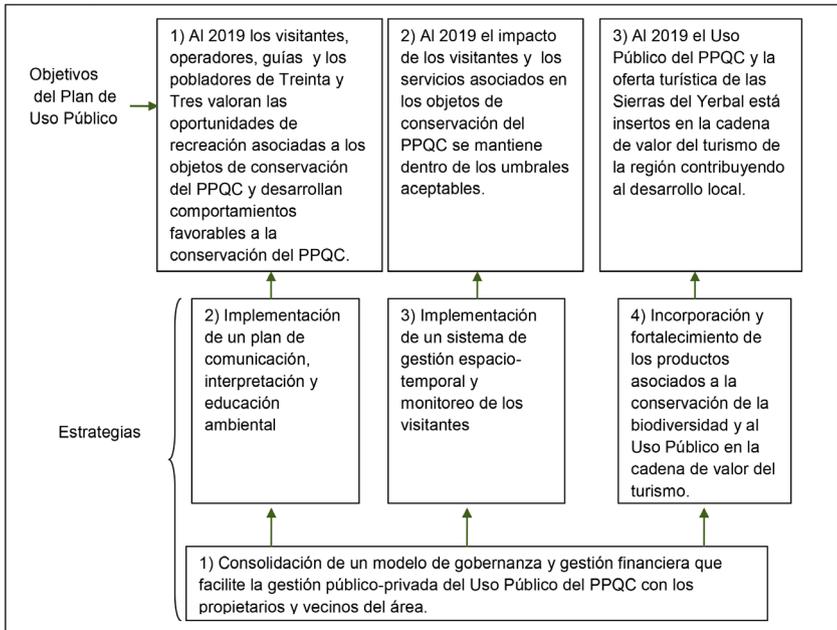


Figura 2: Objetivos y Estrategias del Plan de Uso Público del PPQC. SNAP/DINAMA-MIN-TURD-Retos al Sur

El resultado esperado es un conjunto de emprendedores turísticos locales capacitados y apoyados que aumentan la inversión privada y mejoran la oferta de servicios en cantidad y calidad. Estos pequeños emprendimientos están insertos en una cadena de valor que articula la oferta en productos turísticos con una marca territorial, que se diseñan y comercializan a partir de una estrategia de asociatividad, y que cuentan con procedimientos de control de la calidad y sustentabilidad. Estos productos turísticos integrados permitirán poner en valor el patrimonio natural y cultural, contribuyendo a la educación ambiental y el desarrollo local. El aumento en la oferta de servicios y equipamientos contribuirá asimismo a dispersar espacial y temporalmente la carga de visitantes, reduciendo la incidencia de amenazas directas sobre los valores de conservación.

Conclusiones

El turismo no regulado puede ser una amenaza directa a la biodiversidad y en caso más específico a los objetivos de conservación de un área protegida, esto se puede deber a diferentes factores y como se ve en este caso práctico, un factor puede ser una mala articulación con los actores involucrados en la cadena de valor del turismo. Sin embargo, y bajo lo que establece las Directrices para la Planificación del Uso Público en las áreas protegidas de Uruguay, si un área protegida tiene como amenaza directa la visita de público, debe realizar un Plan de Uso Público que asegure el buen manejo de visitantes, de esta manera y bajo una planificación integral y completa es posible revertir la situación de “amenaza” a “aporte” del turismo a los objetos de conservación del área. Tal planificación, debe ser participativa por varios factores, entre ellos para tener una validez, para enmarcarse en el contexto local y en algunos casos por el interés o relación directa que puede afectar a algún actor involucrado, si esta planificación no cuenta con estrategias de participación su aplicación y validez es muy débil y podría no cumplir con los objetivos de un área protegida. Es así que la importancia de identificar estrategias para la participación e involucramiento de actores tiene una relevancia desde el inicio del proceso de planificación en el uso público turístico.

Bibliografía

SNAP/DINAMA, MINTURD, Retos al Sur. (2014). Directrices para la Planificación del Uso Público en las áreas protegidas de Uruguay.

SNAP/DINAMA, MINTURD, Retos al Sur (2014). Plan de Uso Público del Paisaje Protegido Quebrada de los Cuervos.

DINAMA www.dinama.gub.uy

USAID, CMP. (2007) Estándares Abiertos para la Práctica de la Conservación.

EUROPARC-España (2005). Manual 01 Conceptos de Uso Público en los Espacios Naturales Protegidos.

“Morfología, Usos e Impactos en los Espacios Públicos Turísticos de la Ciudad. El caso de los barrios Lastarria y Yungay en Santiago de Chile y del Cerro Concepción en Valparaíso”

Pablo Soriano Fuenzalida¹

Dr. F.López Palomeque

Dr. M.González Herrera²

Resumen

Cuando se analiza la red de espacios públicos de la ciudad desde una dimensión física y funcional, enfocada a los usos del espacio público y su relación con características formales, se puede encontrar distintas funciones que se les da a estos recintos que están contenidos en barrios.

En barrios que poseen atractivos turísticos y valores patrimoniales un nuevo uso que se produce en los espacios públicos y que coexiste con los usos que habitualmente han estado descritos es el de la actividad turística. El turismo de ciudad está caracterizado por ser consumido y producido en el territorio, (Vera et al., 1997) generando impactos y usos en el mismo contexto de donde se desarrolla. Para el caso del turismo de ciudad, el espacio público se comporta como un contenedor físico y social de la actividad turística donde se desarrolla y vive esta actividad.

Los elementos formales y espaciales que componen un espacio urbano conforman lo que es percibido, utilizado y valorado por la población, donde habría cierta relación entre el uso turístico y la configuración espacial del espacio urbano. En su totalidad esta configuración será leída y percibida por sus visitantes constituyendo el paisaje urbano, un recurso esencial para el turismo (Nogue 2009)

El destino turístico tiene preparado varios insumos, servicios, atractivos, gastronomía, que están contenidos en la ciudad. Al realizar un primer acercamiento sobre la distribución espacial de los atractivos y la planta turística en las ciudades de Santiago y

1 Investigador doctoral

2 Directores de Investigación

Valparaíso, se encuentran barrios que presentan una mayor concentración de la poseen atractivos y planta turística.

Algunos presentan una mayor consolidación respecto a sus características formales y funcionales; bordes, límites, (Lynch, 1997) características histórico-patrimoniales y distintas percepciones de la comunidad respecto al impacto que genera el turismo con respecto a su patrimonio, situación que legitima las bases de la definición de un modelo de desarrollo de barrio frente al turismo.

La investigación toma como casos de unidades de estudio a Los barrios Lastarria y Yungay en Santiago y el cerro Concepción en Valparaíso que junto con poseer estos valores, (atractivos, planta y una definición singular de barrio) también presentarían distintas etapas del desarrollo de un destino según el modelo de la teoría de destinos que Valls que plantea. A su vez, procesos complejos y distintos que se manifiestan en los aspectos formales de cada barrio que se compararan y contrastan. Contextos distintos y diferentes niveles de desarrollo del turismo. Estas diferencias y similitud en lo turístico y patrimonial, generan condiciones para una discusión y la aplicabilidad de unidades de estudios de caso.

Palabras claves: barrios patrimoniales, espacio público turístico impactos del turismo Turismo de Ciudad,- turismo cultural.

INTRODUCCIÓN

Chile es un país donde la actividad turística ha desarrollado un crecimiento importante en los últimos 20 años (PNUD, 2011). El turismo responsable es considerado clave para el desarrollo sostenible del país. Sus principales atractivos a escala mundial son principalmente de carácter natural. Es el caso de Torres del Paine en la Patagonia, El desierto de Atacama o la Isla de Pascua. Si bien estos atractivos destacan hegemonícamente sobre la mayoría de los argumentos de llegadas internacionales, son los **centros urbanos** quienes reciben a los diversos tipos de turismo tanto nacional como internacional. Quien se dirige a la naturaleza también utiliza la ciudad no solo para el abastecimiento y ciertos servicios que no podrá encontrar en zonas naturales. También existe la motivación de conocer la ciudad, comprenderla, valorizarla y este tipo de turismo se produce y se consume en los espacios públicos de la ciudad (Valls, 1996)

En ciudades como Santiago y Valparaíso, los centros urbanos son en un número importante destino final y argumento de viaje (Sernatur, 2009). Estas visitas están relacionadas a diversos tipos de turismo como el que está asociado totalmente al ocio, o al turismo de negocios, o al pernoctar unos días antes de desplazarse a destinos de naturaleza. Para éstos y otros tipos de turismo el espacio público se utiliza de diversas formas, naturalezas que producen distintas coexistencias, entre el uso local y el del turismo. En cuanto a la demanda nacional existe un importante número que visita la ciudad como destino final utilizando y consumiendo la actividad en el espacio público.

En esta complejidad de usos, se han descrito ciertos conflictos funcionales, relaciones tanto positivas como negativas e incompatibilidades que están vinculadas a las características formales del espacio, que en algunos casos describen al turismo como una actividad que desencadena impactos respecto de la naturaleza del espacio público local. También se describe al turismo cuando posee criterios de responsabilidad, descrita como una actividad productiva sostenible que pone en valor las características patrimoniales de un territorio, pudiendo dar a conocer a otros grupos “afuerinos” valores espaciales que reflejan historia y a su vez la actividad podría generar procesos dinamizadores y en los espacios públicos de la ciudad (González 2011).

Al integrar el fenómeno del turismo en el análisis formal de los espacios públicos que están contenidos en barrios, resulta difícil describir la relación de los usos turísticos del espacio público y sus aspectos formales sin comprender cuáles y cómo son los **impactos que el turismo de ciudad genera en estos espacios**. En tal sentido, en las últimas décadas las investigaciones científicas de los estudios de impacto del turismo, han ocupado un rol protagónico en compatibilizar la actividad turística con los valores del espacio (González

2011). La investigación de impactos del turismo es muy amplia, pues señala que estos impactos son múltiples y diversos y se generan en diversos componentes del territorio.

Se habla de impactos en una dimensión socio-demográfico, cultural, social económica, ambiental, sanitaria, desglosando una multiplicidad de subcomponentes territoriales que son afectados por el turismo. En este caso la investigación acota, recoge y profundiza los impactos físicos generados en los espacios públicos que la literatura ha descrito hasta hoy.

En las ciudades de Santiago y Valparaíso, barrios patrimoniales como Lastarria, Yungay y Cerro Concepción y sus respectivos espacios públicos, poseen una demanda importante en turismo de ciudad. Si bien estos barrios y ciudades son próximas (están a una distancia de 120 km) y en algunos casos forman parte de un solo destino turístico (Sernatur, 2009). Cualitativamente poseen características muy diferentes que son de interés de analizar y comparar. Valparaíso su historia y sus procesos de desarrollo están vinculados al puerto en singular geografía de montaña litoral, que hace de una ciudad con barrios¹ y características formales muy distintas a la capital. A su vez presentarían desarrollos de distintas etapas de un destino turístico, tal como lo sugiere la teoría de Destinos de Butler adaptada por Vera, diferencias tendrían su expresión en los espacios públicos utilizados por el turismo en la ciudad y que se puede traducir en impactos.

Es relevante contextualizar a ambas ciudades como **Destinos Polivalentes**, la actividad turística está engarzada a otras actividades productivas de ciudad, como son servicios, financieros, industriales, etc., donde el uso turístico se manifiesta en ciertas áreas puntuales de la ciudad. Conviviendo así con otras actividades productivas.

Si bien los barrios que se estudiarán poseen un importante desarrollo turístico se contextualizan en ciudades que no son puramente turísticas, como el caso de Benidorm en España. Estas características locales enmarcadas en la realidad del espacio público de latinoamérica, que presenta características y formas de habitar que será necesario contextualizar en la investigación.

El crecimiento de Chile avanza incesablemente desde hace décadas, (6% en la últimas dos décadas, posicionándose como el país con mejores cifras económicas en latinoamérica, según el PNUD del 2012). Esta tendencia en la actividad turística se torna aun mas manifiesta, presentando esta actividad un crecimiento mas importante por sobre las otras actividades productivas. Sin embargo es **muy incipiente o inexistente la investigación sobre los procesos que desencadena esta actividad en contextos urbanos vinculados**

¹ El casco histórico de Valparaíso en el año fue declarado por la Unesco “Patrimonio de la Humanidad” en el año 2003.

a recursos en barrios patrimoniales. Esta investigación contribuirá a la discusión y aplicación de los modelos de impacto del turismo, en la problemática de los espacios públicos en barrios patrimoniales.

El poder continuar e integrar los modelos conceptuales y paradigmas de los impactos del turismo con un objeto de estudio como el espacio público, que precisa acercamientos teóricos desde la arquitectura y el urbanismo cuando es analizada en sus aspectos formales. La geografía del turismo aporta la integración de los conceptos que explican el fenómeno turístico a un nivel espacial, y desde ahí esta investigación también se plantea como una forma de continuar el análisis espacial. Sin embargo, y a pesar que esta disciplina provee estas lógicas espaciales para la comprensión del turismo, la literatura habitualmente describe y analiza estos fenómenos a escalas a amplias escalas territoriales. (Bouillon 2007, et al)

Por tanto otro alcance es el plantear la problemática con sus variables teóricas y empíricas en una nueva escala menor -como es el barrio y sus espacios públicos- que está muy poco descrita en términos del comportamiento del turismo en el espacio. Así se abren nuevas variables y preguntas propias de la escala en esta línea de discusión.

Para describir y analizar la problemática y el objeto de estudios ha sido necesario integrar lógicas provenientes de la geografía del turismo, del urbanismo, de corrientes de pensamiento del espacio público en su dimensión física, de y la comprensión de los recursos patrimoniales, todo desde una dimensión sistémica cómo un barrio que posee jerarquías y la comprensión de estas unidades y sus espacios desde en análisis de la arquitectura y la planificación. Por tanto otro alcance y en relación al estado de la cuestión, la investigación describe una escala nueva, que precise el recurrir y analizar estos acercamientos teóricos que contribuyan a comprender el turismo en los espacios públicos de barrios patrimoniales.

La investigación busca generar un aporte a las actuaciones o estrategias para los barrios patrimoniales frente al turismo. Con miras a poner en valor el patrimonio, generar oportunidades de conservación, prever ciertas alteraciones y a contribuir al desarrollo equilibrado con sus procesos locales en un ámbito en pleno crecimiento y escasa comprensión.

II OBJETIVOS

El objetivo general de la investigación es analizar las características morfológicas y su relación con el uso turístico en espacios públicos donde se desarrolla el turismo de ciudad, indagando en aspectos formales y funcionales en barrios patrimoniales de contextos cualitativamente distintos.

Como objetivos específicos se plantea lo siguiente:

- Identificar, caracterizar y analizar barrios patrimoniales y sus respectivos espacios públicos, que son utilizados para el turismo, indagando en la relación de su **composición y función** espacial con los atractivos, planta turística y aspectos formales.
- Identificar los actores privados y públicos que están participando en la producción de espacios públicos de uso turístico.
- Definir categorías o **jerarquías** que estén vinculadas a los usos y las características formales de los barrios y espacios públicos, según su **dinámica** funcional, equipamiento, articulación y convivencia de usos y valorización.
- Comparar en tres estudios de caso de distintos barrios patrimoniales demandados por el turismo en escenarios contrastantes, identificando posibles conflictos, coexistencias funcionales y complementariedades en relación a la actividad turística.
- Identificar los impactos que genera la actividad turística en la producción de los espacios públicos y sus respectivos barrios.

Metodología e hipótesis

Entendiendo que los barrios y sus espacios públicos que se estudiarán en estas ciudades polivalentes, poseen diversos usos y uno de este uso es el turístico, se constata que en ambas ciudades existen barrios promovidos por diversos actores o medios que fomentan la oferta del turismo de ciudad; las administraciones, los tour operadores o las guías de turismo donde el espacio público que comienzan a demandarse a una mediana intensidad.

En estos barrios emerge una interacción funcional que produce impactos con los usos tradicionales¹ del espacio público, desarrollando nuevos roles y jerarquías en el espacio que contribuyen al funcionamiento de la actividad turística. Por tanto cada espacio público que conforma un barrio turístico patrimonial está siendo modificado por el turismo en su estructura, función y jerarquía, manifestándose también en impactos en sus características morfológicas y funcionales.

¿Qué características, morfológicas, estructurales, espaciales y funcionales poseen los espacios públicos de barrios patrimoniales que son utilizados en la ciudad? ¿Es posible establecer categorías jerárquicas que den cuenta cómo se utilizan y como coexisten las dinámicas funcionales (usos) de estos espacios? ¿Cómo se componen y organizan? ¿Qué fundamentos teóricos y modelos conceptuales existen para explicar la relación morfológica-espaciales con el turismo a escala barrial? ¿Qué impactos genera el turismo en estas

¹ Usos tradicionales se refiere a las funciones que ha tenido el barrio antes que llegue el turismo.

configuraciones espaciales?¹ ¿Qué sucede en el espacio público y de barrios turísticos cuando están en distintos niveles de una fase inicial del desarrollo del destino turístico?²

La problemática planteada tiene lugar en espacios públicos contenidos en barrios patrimoniales utilizados por el turismo. Considerando lo extenso de estos ámbitos para una investigación, se opta por enfocar el espacio publico tradicional (calles y plazas) que están presentes en los Barrios y que el turismo estaría generando impactos.

Teniendo estos recintos como objeto de estudio y la naturaleza compleja del turismo (Vera *et al* 1997) esta investigación tiene una naturaleza cualitativa y método deductivo que plantea una hipótesis y desarrolla un proceso empírico que combina diversas técnicas que responden a los objetivos.

Para la comprensión del espacio publico de uso turístico (EPUT) tal como lo señala la figura, se analizan distintos acercamientos que explican su producción; desde el diseñador, desde la comunidad que los habita, desde su administración, desde el turista y desde la propia observación participante del investigador

Fig1 : Distintos actores que se entrevistarán para tener una mirada integral del espacio público



Fuente:Elaboración propia

1 Los impactos son en distintos ámbitos (físicos, sociales, económicos, culturales.) pero esta investigación la abordaría desde una mirada física (equipamiento, conservación, recuperación patrimonial, parques, paisaje).

2 Según la teoría de desarrollo de un destino turístico (Butler 1980, adaptado por Vera 2007)

Diseñadores de EPUT : Entrevistas en profundidad.

Comunidad local: Entrevistas y grupos focales.

Administración: Entrevistas en profundidad

Turistas que usan EPUT: Preguntas *insitu* y la propia observación.

Observación participante

Se aplica un método similar al del “mapeo conductual” (Fernández-Ballestero, en Ruiz 2008) estudios de psicología ambiental y caracterización conductual de espacio público, mediante la observación participante en determinados periodos de tiempo

- Identificación espacial de los atractivos turísticos en los barrios a estudiar
- Identificación espacial de la planta Turística
- Identificación de los Espacios públicos de usos turísticos (EPUT) y los usos vinculados a lo anterior
- Jerarquización, selección y protocolarización de la información mediante fichas.

Fichas

Lo anterior se protocolizará mediante **fichas** que contengan aspectos relacionados con las preguntas y objetivos de la investigación. Habrá fichas que sinteticen y caractericen los barrios que contienen EPUT, así las fichas serán unas monografías de barrios¹ con la especificidad del tema propuesto.

En una escala de análisis más puntual, hay fichas de cada EPUT. Los resultados permitirán un análisis comparativo tanto de los EPUT y su relación con el barrio como de los diversos barrios y su situación. Por ejemplo el barrio turístico a analizar en Valparaíso es un contexto litoral que posee diferencias cualitativas a las de los barrios en Santiago, y se espera que los impactos también serán diferentes por la naturaleza de atractivos, usos de espacios y conformación espacial.

Entre los resultados hay una narración de cómo el turista utiliza los espacios, qué comportamientos desarrolla y porqué los utiliza.

Resumen de datos y fuentes

- Fichas de observación participante
- Fichas de Dinámicas funcionales de barrio y de EPT
- Preguntas en campo al turista

- Entrevistas en profundidad
- Grupos focales
- Registro fotográfico
- Datos y fuentes secundarias.

Como fuentes secundarias se utilizarán distintos catastros estatales que caracterizan los espacios, bases cartográficas donde se levantará la información.

Desarrollo

Unidades de estudio y sus resultados

Las unidades de estudio comprenden los Barrios Lastarria y Yungay en Santiago de Chile y Cerro Concepción en Valparaíso. Como se observa en la figura están bajo la influencia de la zona central capitalina y portuaria que es la mas visitada del país.

Fig 2: Ubicación de las unidades de estudio.



Fuente: Elaboración propia con base a google.

En la región está el aeropuerto internacional donde llegan todas las llegadas internacionales y a su vez esta zona es donde mayor concentración de población existe en el país. Quien va a visitar los atractivos de escala mundial de Chile (desierto, Patagonia, isla de Pascua) también visita la capital y Valparaíso. También el turismo nacional tiene un importante desarrollo.

Barrio Lastarria

1.1 Configuración del espacio

Desde la lógica sistémica planteada, es posible identificar un barrio compacto; con edificaciones regulares en su altura y fachada continua con sus límites y bordes bastante definidos, un sistema de espacios públicos integrados como subunidades espaciales que cumplen diversos roles en concordancia con la teoría del espacio turístico y la teoría de Lynch.

Los espacios en Lastarria poseen especializaciones turísticas espaciales como centros de distribución, sistemas de corredores y zonas de gravitación.

Estas subunidades también cumplen con el patrón de continuidad y encuentro de diversos grupos humanos. Este uso está relacionado fuertemente con la **alta concentración** de atractivos y servicios turísticos en la zona.

Su morfología es resultante de esa zona es el fin de una trama fundacional de damero y el inicio de una trama urbana más “laberíntica” que da origen a una diversidad importante de características espaciales. La fachada continua, edificación regulada de altura por los instrumentos de protección brinda una unidad espacial continua y uniforme.

Figura 3: Barrio Lastarria



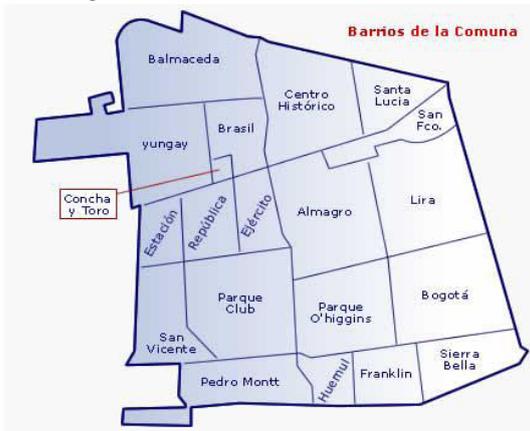
1.2 Uso turístico de los espacios públicos

En relación al uso turístico que se genera en los espacios públicos, esta unidad está caracterizada por un **uso intensivo**, que mayoritariamente dado por turistas (ojo concepto aclarar antes) locales residentes de la ciudad de Santiago no residentes del barrio. Este segmento frecuenta los espacios públicos de diversas formas y usos generando diversos desplazamientos, permanencias y actos que se detallan en la discusión comparada-

La **frecuentación es alta** tanto a nivel estacional como diario, es decir no varía mucho en las épocas estivales ni de fin de semana a días laborales. Este uso prolongado e intensivo va en correspondencia tendría que ver con la alta concentración de servicios, de atractivos y planta turística y con lo que se describe en el turismo urbano que posee una estacionalidad baja.

Se podría plantear que esta unidad según la teoría de destinos de Boullón (año) estaría en una **etapa de madurez**, caracterizada por un importante establecimiento y vigencia de los servicios y usos. Éstos están fuertemente relacionados con el estado de conservación de los espacios públicos que actualmente se encuentran con altos estándares, un cuidado especial en relación al resto de la ciudad. Sus elementos formales como fachadas, luminaria, mobiliario, pavimentos poseen un desarrollo importante donde se abre la pregunta de pensar si el turismo ha generado el impulso de este esplendor o la calidad del espacio ha generado condiciones de atractividad del espacio. Lo cierto es que se trata de un barrio con importantes valores arquitectónicos que más que “sumar” atractivos constituyen un escenario armónico para la actividad. Su seguridad es alta. Esto y el hecho que exista un uso intensivo, condiciones de luz, visibilidad y control local, genera adecuadas condiciones de seguridad.

Fig 4: Ubicación de las unidades de estudio.



Fuente: Municipio de Santiago

2.1 El barrio Yungay

El Barrio Yungay de Santiago constituye un espacio declarado como Zona Típica, lo cual es consecuente con alto el valor de su patrimonio cultural. Sus residentes se autodefinen como una compleja y diversa unidad territorial con significativos valores patrimoniales culturales, al cual auto reconocen como Barrio estrechamente relacionada con las diferentes etapas de formación de la ciudad y la nación. Sobresalen los diferentes estilos arquitectónicos que le confieren un alto valor patrimonial, unido a otros importantes componentes materiales e inmateriales, destacando el patrimonio social caracterizado por la activa participación vecinal y el empoderamiento barrial.

2.2 Configuración del espacio

El barrio Yungay posee una morfología propia de la trama fundacional de damero de la ciudad colonial chilena, a pesar de ello y diferencia de las otras unidades de estudio, presenta una **densidad menor** que los otros barrios en términos de densidad poblacional, de compacidad de las edificaciones y de sus recursos turísticos muy vinculados al patrimonio. Esto da origen a variadas condiciones espaciales.

También a diferencia de los otras unidades de estudio no es posible identificar un barrio compacto con sus límites y bordes bastante definidos, pues la administración describe unos límites, la comunidad otros y el análisis espacial reduce la zona de uso turístico a un área específica del barrio.

Las subunidades espaciales identificadas también cumplen diversos roles en concordancia con la teoría del espacio turístico. poseen especializaciones espaciales como centros de distribución, sistemas de corredores y zonas de gravitación.

2.2 Uso turístico de los espacios públicos

En relación al uso turístico que se genera en los espacios públicos, esta unidad está caracterizada por un **bajo uso**, que mayoritariamente se compone de visitas educativas y grupos puntuales de ocio cultural. La también es **frecuentación es baja** respecto a las otras unidades tanto a nivel estacional como diario, esta unidad según la teoría de destinos de Boullón (año) estaría en una **etapa de madurez**, caracterizada por un importante establecimiento y vigencia de los servicios y usos. Éstos están fuertemente relacionados con el estado de conservación de los espacios públicos que actualmente se encuentran con altos estándares, un cuidado especial en relación al resto de la ciudad.

3.- El Barrio Cerro Alegre



Fuente: elaboración propia con base a google

El cerro Concepción de Valparaíso ocupa un espacio urbano declarado patrimonio de la humanidad por el alto valor de su paisaje cultural. Se caracteriza por un singular proceso histórico de conformación del espacio urbano a partir de la asimilación de sus cerros como un gran anfiteatro, y de los continuados procesos migratorios. Integra por tanto una rica historia y desarrollo cultural, en la que sobresalen valiosos componentes del patrimonio cultural material e inmaterial, destacando las bellezas escénico paisajísticas, la arquitectura, los típicos ascensores, diversas construcciones monumentales, la cultura, porteña, la participación vecinal, y el empoderamiento barrial.

Múltiples estrategias y planes de desarrollo han tenido lugar en el contexto local con diferentes niveles de implementación y éxito, los que no siempre han conducido a la toma de las mejores decisiones. Estrechamente asociados a las políticas y planes se ha conformado un modelo de desarrollo con variadas evidencias de tipo tradicional o convencional, generándose disímiles problemas que complejizan la gestión turística del espacio urbano patrimonial.

4.2.2 Configuración y uso del espacio turístico

El barrio Yungay posee una morfología propia de la trama fundacional de damero de la ciudad colonial chilena, a pesar de ello y diferencia de las otras unidades de estudio, presenta una **densidad menor** que los otros barrios en términos de densidad poblacional, de compacidad de las edificaciones y de sus recursos turísticos muy vinculados al patrimonio. Esto da origen a variadas condiciones espaciales

También a diferencia de los otros unidades de estudio no es posible identificar un barrio compacto con sus límites y bordes bastante definidos, pues la administración describe unos límites, la comunidad otros y el análisis espacial reduce la zona de uso turístico a un área específica del barrio.

Las subunidades espaciales identificadas también cumplen diversos roles en concordancia con la teoría del espacio turístico. poseen especializaciones espaciales como centros de distribución, sistemas de corredores y zonas de gravitación.

En relación al uso turístico que se genera en los espacios públicos, esta unidad está caracterizada por un **bajo uso**, que mayoritariamente se compone de visitas educativas y grupos puntuales de ocio cultural. La también es **frecuentación es baja** respecto a las otras unidades tanto a nivel estacional como diario.

Conclusiones

La geografía del turismo explica el fenómeno turístico en el espacio a través de sus distintas teorías y modelos; como la teoría del espacio turístico. Estos modelos de análisis describen la realidad turística en una escala territorial geográfica, es decir análisis de fenómenos a escala ciudad y su relación con el territorio. Esta investigación ha considerado esta “escuela” de análisis, pero dada la naturaleza escalar del fenómeno de estudios, que es menor, es decir a escala barrio y sus espacios públicos ha tenido que explicarse mediante análisis del espacio público también desde el urbanismo y la arquitectura. Combinar estos acercamientos ha sido de poner a prueba estos modelos a la escala de análisis.

Tal como lo analiza la teoría, en este caso los espacios públicos analizados tanto en su dimensión social como física-espacial poseen importantes diferencias cualitativas y formales -estéticas y constituyen un escenario de disputa política, simbólica y funcional. En este caso se ha indagado -sin pasar por alto lo anterior- aspectos funcionales, estéticos y estructurales de los espacios públicos y su barrio. Existen contrastadas y similes valoraciones y usos respecto a lo que es percibido y usado por el turista, por la comunidad local, administrado por el estado, planificado por técnicos y ofertado por promotores (tour operadores o empresarios de servicios turísticos)

Estos diferentes actores que participan en la construcción del espacio público –tanto físico, como social- juzgan sus bienes históricos y sus elementos formales que constituyen el espacio público y ese juicio tanto institucional como social, da origen al patrimonio de los barrios. He ahí la importancia de la percepción social.

En el caso del turismo, ven el patrimonio como una oportunidad para valorizar económica y socialmente el espacio. La relación turista-espacio como señala la teoría, lo empírico (a través de las entrevistas, la observación participante y todas las herramientas de medición señaladas en la metodología) se ha podido corroborar el importante intercambio social entre dos sectores muy contratados; los turistas y anfitrión y su **entorno físico** (Nogue 2009). El segundo tiene preparado una serie de elementos formales que constituyen el espacio turístico

Así estos diferentes grupos y unidades de estudio (barrios) se apropian de estos espacios que están cargados de una herencia histórica-cultural, social que se manifiesta en las características del espacio. Claramente estos bienes no son estables, pues dependen de la compleja valoración y por ende actuación de estos diversos actores.

Este análisis debería contribuir a fundamentar la complejidad y sinergia que debe tener un plan de gestión.

En relación a los impactos, el modelo de la cadena de impactos del turismo se ha confirmado como el enfoque interpretativo de las relaciones patrimonio-turismo. En este sentido, la construcción de la metodología cualitativa fundamentada en los principios de la investigación-acción-participación, y la implementación de un Procedimiento de Evaluación Rápida (PER) constituye un marco apropiado en el caso objeto de estudio para la comprensión de las percepciones de las múltiples y complejas interacciones que se establecen entre el patrimonio y el turismo.

Este estudio ha permitido aunar visiones y experiencias de la población según diferentes puntos de vistas conformados en los grupos de discusión desarrollados, la aplicación de entrevistas de profundidad y otras técnicas de levantamiento de información de terreno. Esto permite reconocer las actuaciones relacionadas con la gestión turística de los espacios urbanos seleccionados, al no considerar la percepción social de la población local con respecto al mismo. Por esta razón es una forma comprensible de incorporar la valorización social integradora de los residentes con relación al patrimonio del cual forman parte legítima.

De esta manera la población local es un ente protagónico para la gestión y el desarrollo de las zonas turísticas en las que habitan, ya que pasan a convertirse en un factor de valorización y puesta en uso del patrimonio, lo cual incentivará su protección, minimizando de esta forma los impactos negativos sobre ellos y maximizando los impactos beneficios del turismo, de su entorno, en este caso de los espacios públicos, que serán una expresión visible de aquellos procesos.

Esto permite enfatizar el fenómeno espacial en la significación del turismo para la organización social del espacio geográfico y la configuración del desarrollo turístico urbano como referente para el estudio del modelo turístico implantado y/o a implantar en los espacios urbanos seleccionados de Santiago y Valparaíso.

Los resultados del estudio piloto desarrollado en los Barrios Yungay de Santiago y Cerro Alegre Concepción de Valparaíso han permitido conocer y comprender que en los diferentes grupos de trabajo:

Son capaces de reconocer y valorar el patrimonio cultural que tipifica su espacio urbano de residencia habitual, apreciando el verdadero valor que desde la perspectiva de sus residentes habituales tiene el mismo. Esta capacidad debe ser tomada en consideración para fortalecer la educación comunitaria e institucional a favor del mejor uso turístico que pueda hacerse del patrimonio cultural como alternativa para minimizar los efectos negativos que pudieran generarse, y los ya presentes.

Reconocen el valor actual y/o potencial de uso turístico del patrimonio cultural que tipifica su espacio urbano de residencia habitual según sus propias necesidades, motivaciones, e intereses con un enfoque crítico y proyectivo, lo cual se constituye en una fortaleza para potenciar modelos de desarrollo turístico urbano patrimonial con enfoque de base comunitaria.

Identifican con criterios valorativos diferenciados y ajustados a sus propias percepciones el fondo de impactos y los impactos potenciales generados por el desarrollo turístico sobre el patrimonio cultural, lo cual se basa en la comprensión de las relaciones que se establecen entre los eslabones de la cadena de impactos: acciones - cambios - consecuencias -gestión.

Proponen estrategias de gestión participativas para el control de los impactos adversos generados por la puesta en valor turístico del patrimonio cultural, las cuales junto a las aportaciones comunitarias anteriores pueden servir como marco para cubrir la necesidad sentida a nivel del barrio con respecto a la incorporación de su voluntad a favor de los procesos de toma de decisiones como forma democrática y participativa de conformar los modelos de desarrollo local sobre bases más sustentables.

El análisis de la percepción local del valor social del patrimonio cultural en los Barrios Yungay y Cerro Alegre- Concepción permite concluir con la visualización de un patrimonio rico, variado, e integrado, en el que su historia, su gente, sus vivencias y sus inmuebles patrimoniales conforman un escenario de muy alto valor histórico conservativo, de uso, simbólico significativo, estético paisajístico, y de accesibilidad y acceso para los propios residentes y visitantes de cada uno de los barrios.

La valoración del uso turístico del patrimonio cultural en los Barrios Yungay y Cerro Alegre - Concepción muestra un matiz marcadamente diferenciado en el que los grupos estudiados en el Barrio Yungay son muy reticentes ante el desarrollo del turismo, abogando por un barrio patrimonial para la propia comunidad que invita al visitante foráneo a conocerlo, frente a un Barrio en Valparaíso convencido del uso turístico de su patrimonio cultural, pero muy preocupado por el mejoramiento del actual modelo de desarrollo turístico urbano con el fin de potenciar los impactos benéficos y minimizar los adversos.

Partiendo de que el patrimonio es un constructo social (Prat, 2001) se hace necesario alcanzar un acuerdo entre los diferentes actores sociales e institucionales con respecto a los elementos que lo identifican, por lo que es relevante continuar promoviendo la discusión entre lo que es patrimonio para las instituciones y los gestores frente a la percepción del patrimonio para la comunidad. En esta línea se identifica una diferencia entre lo descrito por diversas fuentes e instituciones (UNESCO, Consejo Patrimonio y diferentes especialistas) y lo percibido por la población local. Tal diferencia abre espacio a discusiones para diversificar y enriquecer el inventario patrimonial, que siempre es muy dinámico.

Cada barrio tiene su propia valoración patrimonial sustentada en el concepto de patrimonio como constructo social, por lo que esa perspectiva deberá ser incorporada a la gestión, investigación y planificación del espacio urbano en uso o con potencial de uso turístico. La implementación de este enfoque abre el espectro social del patrimonio y su relación con el turismo con visión de sustentabilidad local, factor fuertemente valorizado por los diferentes actores integrados en la presente investigación.

Los rasgos principales que caracterizan la identificación de los impactos percibidos por parte de los grupos de discusión implicados en el presente estudio se relacionan con la complejidad (relaciones en cadena), estacionalidad e intensidad diferenciada de los impactos del turismo sobre el patrimonio cultural. De igual forma ha permitido reconocer la necesidad de profundizar en el carácter transitorio de las relaciones turista - patrimonio, las zonas de concentración de flujos de visitantes, las relaciones desiguales de la relación turismo - patrimonio, y la necesidad de construir un modelo sociológico o antropológico explicativo de las relaciones turismo - patrimonio cultural para cada barrio.

Barrio Yungay de Santiago están concentradas en los impactos potenciales derivados de la puesta en valor turístico del patrimonio cultural, reconocen el valor potencial de su patrimonio cultural, pero son muy escépticos con respecto a su uso turístico, más bien desean un escenario urbano patrimonial de la propia comunidad con alternativas muy controladas de uso turístico. Ello es indicativo de que abogan por un modelo de desarrollo turístico alternativo, planeado, integrado, abierto, participativo, endógeno, auto gestionado por la propia comunidad, lo cual es coincidente con los enfoques del Turismo de Base Comunitaria (TBC).

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

ÁVILA, R Y BARRADO, D, 2005, “Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales y Operativos para su Planificación y Gestión” Cuaderno de Turismo, Nº15, España

Barba, Rosa y Pié, Ricard, eds. (1996): *Arquitectura y turismo: Planes y proyectos*. Centre de Recerca

BARBAZA, Y. (1970): “Troistypesd’ intervention du tourisme dans la organization de l’ espace litoral”, *Annales de Geographie*, 434:446-469 (Barbaza, Y. (2000): “Troistypesd’ intervention du tourisme dans la organization de l’ espace litoral”, *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*

BARRADO, T, 2004, *El Concepto de Destino Turístico. Una aproximación Geográfico-Territorial IEPALA Editorial*, Madrid.

BERQUE, A. (1990) *Médiance: de milieux en paysages*. Ed Reclus. Montpellier-Paris
BIGNÉ, E., Y OTROS. (2002). *Marketing de Destinos Turísticos*. Madrid.

BIGNE, P; FONT, A; ANDREU, M. 2001, *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Editorial Esic, España

BOLÓS I CAPDEVILA, Maria de (2008): *Història i evolució del concepte de paisatge*. Conferencia Inaugural en Cursd’ actualització en fonaments de Paisatge i territori. Barcelona

BOLÓS, M. de (dir.). (1992). *Manual de la Ciencia del Paisaje. Teoría, métodos y aplicaciones*. Masson, Barcelona.

BORJA, Jordi y Muxí, Zaida. (2003). *El Espacio Público: Ciudad y Ciudadanía*. Ed. Electa, Barcelona

.BOULLÓN, R. (1997). *Planificación del Espacio Turístico*. 3ra edición. Editorial Trillas. S.A. de C.V., México.

CALLIZO, J. (1991). *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Editorial Síntesis. Madrid.

CANCER, L. (1999). *La degradación y la protección del paisaje* *InteramericanJournal of Environment and Touris*

CARRANZA, F.X., SERRANO, D. (2005). Los Instrumentos de Gestión Territorial del Turismo. Material Didáctico. Máster en Gestión de Destinos Turísticos Locales. CETT. Universidad de Barcelona, España. www.cett.es

CORDERO –SALAS, P; Chavarria, H; Echeverría,R; Sepúlveda,S, 2003, “Territorios Rurales, Competitividad y Desarrollo”. Cuaderno Técnico, Nº23. IICA.

CORRALIZA, J. A. (1993). “Reacciones Psicológicas a la Estimulación Escénica”. Ecosistemas, 6, pp. 46-49 Masson, Barcelona. de Valparaíso, Valparaíso,

DEL CANTO, F, 2000, “Nuevos Conceptos y nuevos Indicadores de Competitividad Territorial en Zonas Rurales”, Anales de Geografía de la Universidad Complutense Nº20
DELGADO, Manuel. (1999). El animal público. Editorial Anagrama, Barcelona.

DONAIRE, J. (1995): “El turismo en una sociedad postindustrial. Algunas propuestas conceptuales”, en La formació, la rehabilitació i les noves modalitatsturístiques. Universitat de les Illes Balears, CODEFOC y F.S.E. EUROFOR

DONAIRE, J. (1995): «El turismo en una sociedad postindustrial. Algunas propuestas conceptuales», en Laformació, la rehabilitació i les noves modalitatsturístiques. Universitat de les Illes Balears, CODEFOC y F.S.E. EUROFORM

DONAIRE, J. (1996). El turismo a los ojos del post modernismo una lectura desde la dialéctica socioespacial. La Costa Brava, Tunicia y los malls. Tesis doctoral. Departamento de Geografía Universidad Autónoma de Barcelona. IV volúmenes.

EUGENI, O., LÓPEZ., E., VILAGINÉS, A. (2005). Instrumento de Gestión Estratégica del Turismo. Material Didáctico. Máster en Gestión de Destinos Turísticos Locales. CETT. Universidad de Barcelona, España. www.cett.es

FERNÁNDEZ TABALES, Alfonso (2004): “Turismo y ordenación del territorio”, Quaderns de Política Econòmica. Revista electrònica. 2ª època. Vol. 7, May.- Ag. 2004.

FERNÁNDEZ, Baltasar y Vidal, Tomeu. (Ed.) (2008) Psicología de la ciudad. Debate sobre el espaciopúblicourbano. Editorial UOC, Barcelona

FIGUEROA, R. (2004) “La producción del espacio turístico litoral, hacia una aproximación conceptual”, en Revista Geográfica de Valparaíso

GONZÁLEZ HERRERA, M. (2004). Gestión Ambiental para un Modelo Sostenible. Rehabilitación y Reanimación Turística del balneario Mar Azul, Caibarién, Cuba. Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 13. Números 1 y 2. Enero-Abril. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina.

GONZÁLEZ PAZ, J. (1966): El papel del Estado en el desarrollo turístico. En Instituto de Estudios Turísticos: Desarrollo de zonas turísticas. Curso de conferencias. (Torremolinos, 1965).

GRAY D. 2004. Overview of the (simplified) ResearchProcess. Sagepublications, London

GUIDEMAPS, 2004, Manual sobre Toma de Decisiones y Participación Pública, Editorial Comunidad de Madrid, España

HAINES-YOUNG, R. & CHOPPING, M. (1996). Quantifying landscape structure: a review of landscape indices and their application to forested landscapes. Progress in Physical Geography 20, 4

LEFEBVRE, H. (1974): La production de l'espace, Anthropos. Paris,

LENO,F, 1993, "Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico".MICYT, Madrid.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1991). "Turisme i territori: el modelo geoturísticcatalà". Primer Congrés Català de Geografia. II Ponencias. Sociedad Catalana de Geografia. Filial del Instituto de Estudios

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1999): "El paisaje en los procesos de producción y consumo turísticos: fundamentos, sinergias y conflictos", en Ponencias III Congreso de Ciencia del Paisaje: "Paisaje y Turismo", Universidad de Barcelona

LYNCH, K, 1992 Administración del paisaje. Ed Norma colección Vitral.

LYNCH, K. (1969): La imagen de la ciudad. Buenos Aires, Ed. Infinito

MARTÍNEZ DE PISÓN, E. (1998): "El concepto de paisaje como instrumento de conocimiento ambiental", en Paisaje y medio ambiente, Fundación Duques de Soria, Grupo Endesa y Universidad de Valladolid. Valladolid, pp. 9-28

MATA OLMO, R. Y TARROJA, (2006). El paisaje y la gestión del territorio. Criterios paisajísticos en la ordenación del territorio y el urbanismo. Barcelona, Diputació de Barcelona-UIMP, 303-329.

MATA OLMO, R.; Gómez Mendoza, R. y Fernández Muñoz, S. (2001). “Paisaje, calidad de vida y territorio”. *Análisis Local*, n.º 37

MATEO, J. (2003). La idea del paisaje en el turismo de las sociedades posmodernas, retos y alternativas. Págs 125-133. En *Paisaje, ordenamiento territorial y Turismo Sostenible*. Génova Italia

MÉRIDA, M. (1997). *El paisaje visual*. Baética, 18 pp.

MERINERO, R.; PULIDO, J.I., 2009, “Desarrollo Turístico y Dinámica Relacional. Metodología de Análisis para la Gestión Activa de Destinos Turísticos, Cuadernos de Turismo N°23.

MIRANDA, R (2006): “La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de malinalco, Estado de México”

NÁCHER, J. Y SELMA, S. (1993): “Territorio turístico: conceptos, fenómenos y perspectivas de gestión” *Papers de Turisme*,

NOGUÉ, J. (1989): “Paisaje y turismo”, en *Estudios Turísticos* núm. 103

NOGUÉ, J. (Ed.) (2007): *La construcción social del paisaje*. Editorial Biblioteca Nueva, Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO [OMT] (1994): *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*.

OTERO, A, 2007, “La Importancia de la Visión de Territorio para la Construcción de Desarrollo Competitivo de los Destinos Turísticos”. *Cuadernos de Turismo*, N° 19.

PEARCE, D. (1988): *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográfica*. México, Trillas

PICORNELL, C. (1993): “Los impactos del turismo”, *Papers de Turisme* 11:65-91.

Polly, P. (1994). *Alternative Tourism: concepts, classifications, and questions*, en Smith, V. y Eadington, W.R (eds.), *Tourism Alternatives*, Chichestere, John Wiley & Sons.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO [PUCV] (2004): *Plan maestro de desarrollo turístico V Región de Valparaíso, Instituto de Geografía, Servicio Nacional de Turismo Dirección Regional prácticas espaciales del turismo*. *Estudios Turísticos*

PRIORE, R. (2002). "Derecho al paisaje, derecho del paisaje". En Paisaje y ordenación del territorio, Consejería de Obras Públicas y Transportes, Junta de Andalucía-Fundación Duques de Soria, proyectos de paisatge, CRPP. PUC., Barcelona. 331 págs.

PULIDO, 2007, TURISMO Y SOSTENIBILIDAD. Estructura Económica del Turismo. Editorial Síntesis. región Valparaíso, Dirección Regional de Turismo de Valparaíso

Revista C.A. N° 72 El Comercio y la vida Urbana. Colegio de Arquitectos de Chile A.G., Santiago, 1993.

REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO. Volumen 2, número 2 (Octubre 2006)

SCHLACK, Elke. (2007). Espacio Público. En revista ARQ N°65, En territorio, Santiago. SERVICIO NACIONAL DE TURISMO (SERNATUR), (2012). Política Regional De Turismo SERNATUR Turisme.

VALENZUELA RUBIO, M. (1986): "Turismo y territorio. Ideas para una revisión crítica y constructiva de las Valls, 1996, Las Claves del Mercado Turístico. Cómo Competir en el Nuevo entorno. Deusto Turismo.

VALLS, J.F, 2004, Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. Editorial Gestión 2000. Barcelona.

VERA REBOLLO, J. F. (1996): "Los agentes turísticos", en Turisme, territori i estratègies d' desenvolupament. Actes de les Jornades sobre el turisme en els espais litorals.

VERA, F; LOPEZ PALOMEQUE, F; Marchena, M; Antón, S, 1997, Análisis Territorial del Turismo. Una Nueva Geografía del Turismo. Editorial Ariel, Barcelona

VV.AA: (1999): III Congrés de Ciència del Paisatge: paisatge i turisme, Barcelona: Equip Universitari d' Investigació del Paisatge, Servei C.T. de Gestió i Evolució del Paisatge, Universitat de Barcelona, 3 vol. Monografies de l' Equip

WEAVER, D; LAWTON, L, 2007, "Twenty Years on: The state of contemporary ecotourism research". Tourism Management , N°28.

ZULUAGA, P (2006). Una mirada al paisaje como recurso turístico. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Volumen 2, n°2

CAPÍTULO 2:

EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN TURISMO

Bases para la Gestión Sustentable de Destinos Turísticos. El valor de una distinción a nivel nacional.

Humberto Rivas Ortega¹

Resumen:

En todos los destinos turísticos de Chile el desafío de asegurar el desarrollo turístico desde la perspectiva de la sustentabilidad y en la dirección que los actores del sector han definido, requiere disponer de información básica para actuar oportunamente y enfrentar las situaciones negativas que los afectan y limitan su capacidad de atracción.

Esto implica intensificar esfuerzos para disponer de registros sistematizados de información cuantitativa y cualitativa sobre la evolución del sector turismo, muy necesarios para respaldar las decisiones de las autoridades del sector turismo, y con ello reducir las brechas de información que afectan la sustentabilidad del desarrollo turístico.

Los ámbitos o dimensiones del turismo sustentable comprenden el área temática específica en la que se clasifica una situación problema. Para efectos del sistema se reconocen los siguientes: ámbito sociocultural, ámbito económico, ámbito de gestión y ámbito medio ambiente.

Siguiendo el modelo desarrollado por el Consejo Global de Turismo Sustentable, el sistema de distinción propuesto para ser implementado en Chile evalúa cada ámbito de sustentabilidad en base a criterios e indicadores, que aportan información (cualitativa o cuantitativa) básica sobre la situación o nivel de desempeño del destino.

El monitoreo sistemático de estos indicadores permite establecer una línea base para que las autoridades locales, los organismos públicos relacionados con el sector turismo (SERNATUR, CORFO, SERCOTEC, INDAP, CONAF, SENCE, entre otros), los empresarios turísticos, la comunidad local y los propios turistas, puedan involucrarse directamente en el diseño y ejecución de un plan de acción de turismo sustentable que integre todas las iniciativas y proyectos prioritarios para el destino.

Se trata de diseñar el plan de acción ya mencionado anteriormente, estableciendo prioridades consensuadas entre todos los actores del destino, lo que no implica que deberán abordarse simultáneamente todos los problemas identificados.

El principal resultado obtenido con la puesta en marcha del sistema es que permite finalmente focalizar la gestión de las autoridades locales y generar una vinculación sólida con el sector turístico privado y de mutuo beneficio con las instituciones del sector público relacionadas.

Palabras claves: destino turístico, turismo sustentable, indicadores, ámbitos de sustentabilidad, gestión local, territorio, medio ambiente

¹ Director carrera administración en Ecoturismo, Universidad Andrés Bello

Antecedentes

Los destinos turísticos constituyen espacios físicos que concentran actividades y servicios que atraen miles de viajeros turísticos durante el año. Según estudios de SERNA-TUR, se estima que durante el año 2012 se realizaron más de 20 millones de viajes con pernoctación dentro de Chile, los que se distribuyeron en numerosos lugares del país.

En este contexto, el presente trabajo desarrollado en el marco de un proyecto impulsado por el Servicio Nacional de Turismo el año 2012 y financiado con recursos de CORFO, tenía como propósito principal proponer una distinción de sustentabilidad para destinos turísticos que contribuyera a lograr un mejor desempeño y competitividad de los destinos turísticos.

El sistema propuesto se respalda en una batería de criterios e indicadores que constituyen la base para evaluar el destino en cuatro ámbitos o dimensiones básicas de la sustentabilidad: sociocultural, económico, ambiental y gestión¹.

Según la Organización Mundial de Turismo, “un destino turístico local es un espacio físico en el turista permanece al menos una noche, donde consume productos turísticos. Incluye servicios, atractivos y recursos turísticos localizados en un radio de desplazamiento de un día. Cuenta con un límite físico y administrativo con una gestión propias que con de acuerdo a su imagen y percepción define su competitividad” (2007:1).

Los destinos locales integran diferentes grupos de interés, habitualmente incluyen a la comunidad local y pueden conformar una red de destinos más amplios”.

La Organización Mundial del Turismo señala que un destino turístico presenta las siguientes condiciones básicas²:

- Consta de muchos productos turísticos dentro de un mismo destino general;
- Abarca numerosas partes interesadas con objetivos y necesidades divergentes;
- Es una entidad tanto física como sociocultural;
- Es un concepto mental para los posibles turistas;
- Está sujeto a la influencia de acontecimientos de actualidad, desastres naturales, actos de terrorismo, amenazas sanitarias, etc.;
- Está vinculado a acontecimientos históricos, reales y ficticios;
- Es evaluado subjetivamente en términos de su relación calidad/precio, es decir, está sujeto a la comparación entre la realidad y las expectativas;

¹ Rivas (2014). Destinos Turísticos Sustentables. Propuesta para un Sistema de Distinción. p.9
Santiago

² Organización Mundial del Turismo (2011). Manual de Desarrollo de Productos Turísticos. p.4.
Madrid

Según Bigné, Font y Andreu (2000: 30) “los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Tradicionalmente, los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad. Sin embargo, cada vez más se reconoce que un destino puede ser un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores, en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de visita, nivel de educación, y experiencia previa¹”

Los autores reconocen que un destino turístico tiene las siguientes características:

- a. El destino turístico es una unidad o entidad, que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras, formando un sistema.
- b. El destino turístico podría tener o no, los mismos límites que la gestión administrativos del territorio. Esto significa que los diferentes organismos han de colaborar en la planificación y gestión del lugar, puesto que en caso contrario, surgen disfunciones entre oferta y demanda y por tanto, el destino no funcionará a su pleno rendimiento.
- c. El turista percibe sus vacaciones como una experiencia global y por tanto, se requiere integrar los servicios y productos con tal de satisfacer al turista.

Desde una perspectiva territorial, el destino turístico se define como “un sistema territorial de características singulares en cuanto a su finalidad social, que cuenta como componentes fundamentales unos componentes primarios que configuran su atraktividad (recursos y atracciones) y unos elementos secundarios que facilitan su consumo (establecimientos de alojamiento, locales para el entretenimiento, comercios, etc.), que le otorgan también singularidad material.”

Desde la perspectiva del mercado, es “un lugar de consumo que goza de una imagen que le otorga un determinado simbolismo social. En él se pueden adquirir productos comercializados de contenido fundamentalmente recreativo en el marco de una concreta combinación de componentes que, según y cómo esté organizada, dota de mayor o menor calidad al conjunto” (Vera y otros, 1997:201).

En un sentido similar Ejarque (2005:43), señala que “un destino turístico es ante todo un sistema complejo que está formado por cuatro elementos fundamentales:

- La economía local, generada por las actividades de las propias empresas, por el mercado del trabajo y por la actividad productiva.
- La sociedad, la gente y los residentes que viven en el destino
- La naturaleza del destino los recursos turísticos, entendiéndose con ello no sólo el atractivo turístico basado en la existencia de enclaves y parajes na-

¹ Bigné, Font y Andreu (2000) Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC Editorial, Madrid

turales de gran belleza, sino también los espacios urbanos adecuadamente conservados, construidos de modo equilibrado, limpios y ordenados.

- La notoriedad y la calidad del destino

Para que el destino turístico sea también un producto turístico no es suficiente con disponer de recursos, sino que es indispensable que esos recursos y atractivos estén integrados con los servicios”.

Según Valls (2004:31) “la estructura de un destino se fundamenta en productos turísticos, con personalidad, homogéneos, que conviven en armonía y que se complementan entre sí, de modo que el turista perciba una oferta global excelente. En otras palabras, lo que se muestra al turista es una unidad de servicios, es decir, una cartera de productos perfectamente estructurada en aras de la experiencia propuesta”. Entre los elementos que componen esta estructura distingue entre elementos tangibles (atractivos naturales y artificiales, infraestructuras y equipamientos, tales como alojamientos, restaurantes, medios de transporte, comercio y otros establecimientos, paisajes, etc.; equipos humanos y productos alimentarios) e intangibles (marca, precios, información, seguridad, prevención de riesgos, acogida, animación e interpretación, entre otros.).

Para abordar la realidad de los diferentes espacios turísticos que se pueden reconocer a lo largo y ancho del territorio nacional, es importante mencionar que cualquiera sea el límite físico (por ejemplo, una cuenca lacustre), siempre un destino turístico dependerá de una institucionalidad que lo administra, gestiona y proyecta en el largo plazo. Históricamente y salvo alguna excepción, este rol le corresponde a las municipalidades, lo que implica que el éxito del sistema está muy asociado a su interés y compromiso por impulsar un modelo de turismo acorde a la naturaleza y valores socioculturales de los destinos.

En Chile el concepto de destino se encuentra incorporado en el Decreto N° 172 que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico y se refiere a¹:

Espacio geográfico conformado por un conjunto de atractivos turísticos naturales y culturales; servicios turísticos; equipamiento e infraestructura complementarios; condiciones de accesibilidad; imagen; recursos humanos e identidad local, que motivan el desplazamiento de turistas y el desarrollo de actividades turísticas asociadas.

Una tipología de destinos turísticos para Chile

Con el objetivo de facilitar la aplicación de criterios de sustentabilidad se pueden recono-

¹ Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2011). Decreto N° 172. Aprueba Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico. Santiago.

cer seis tipos de destinos turísticos en Chile¹:

- a) Destinos turísticos litorales
- b) Destinos turísticos urbanos
- c) Destinos turísticos rurales y de naturaleza
- d) Destinos turísticos de montaña
- e) Destinos turísticos lacustres
- f) Destinos turísticos insulares

Si bien no resulta fácil asignar un tipo específico a cada destino, al menos el sistema plantea la posibilidad de seleccionar una tipología antes de postular, lo que contribuye en cada caso a profundizar el análisis y con ello consensuarlo a nivel local.

a. Destinos Turísticos Litorales (Playas)

Corresponde un destino turístico ubicado en zonas del borde costero litoral que cuenta con condiciones para la práctica de actividades relacionadas directamente con el uso de la playa, dando origen a un tipo de turismo que recibe por lo general la denominación de “turismo de sol y playa” y que se ha extendido a numerosas localidades pobladas del país, incluso en zonas que por su condición climática podrían no incluirse bajo este concepto.

Según cifras de SERNATUR, la mayoría de los turistas nacionales realiza actividades de playa (44,6%), siendo la zona comprendida entre el litoral de Algarrobo y Santo Domingo, la más concurrida, concentrando un 11,4% de la demanda. En cuanto al mercado internacional, el estudio de SERNATUR indica que un 22% de los turistas realiza actividades de playa durante su permanencia en Chile².

b. Destinos Turísticos Urbanos

Corresponde a un tipo de destino turístico en el que la ciudad es el centro de la actividad turística y su mayor atractivo radica en su condición de núcleo cultural o en la combinación de esta condición con la dotación de equipamiento deportivo, de esparcimiento, eventos programados u otras actividades que se desarrollan como un polo de motivación, tanto para sus residentes, como sus visitantes. Las actividades turísticas urbanas son las más importantes para los turistas que ingresan por el aeropuerto internacional de Santiago (50,1%) y después de la playa, las que concitan el mayor interés del turista nacional, con un 39,2% de las preferencias³.

1 Varios autores han analizado las características de los destinos turísticos y elaborado tipologías para reconocer sus atributos y diferencias (Buhalis, 2000; Pearce, 1988; Gunn, 2002; Vera y otros, 1997).

2 Servicio Nacional de Turismo (2013). Medición y Comportamiento del Turismo Interno. Santiago

3 Servicio Nacional de Turismo (2013). Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo. Santiago

Vera y otros (1997:155) plantean que “en un contexto de terciarización y reestructuración productiva las ciudades se están convirtiendo en entornos privilegiados para el ocio y el turismo. En su forma espacial, la multiplicidad de productos, servicios y funciones turísticas que están desarrollando a fin de satisfacer las múltiples motivaciones y atractivos de su demanda está implicando la superposición de estratos de organización y de estructuras turísticas. El concepto de turismo metropolitano es útil, en este contexto, para abordar la complejidad de las prácticas y las propuestas turísticas de las ciudades”.

c. Destinos Turísticos Rurales y de Naturaleza

Los destinos de turismo rural integran de actividades turísticas de diverso tipo, que tienen como denominador común que se localizan y habitualmente son ofrecidas por residentes de zonas rurales. Por ello son un complemento de actividades productivas tradicionales, generando oportunidades de integrarse a otras actividades productivas, como es el caso de la agricultura, ganadería, pesca, agroindustria y actividades forestales.

La distribución de la oferta de servicios por lo general responde a una distribución de carácter disperso, muchas veces gestionada por pequeñas unidades campesinas, como es el caso del agroturismo, pero que no excluye complejos hoteleros de otra escala mayor. En estas modalidades se encuentran las actividades asociadas a rutas temáticas (Ej. rutas del vino), visitas a centros de producción ganadera, visitas a centros artesanales, entre otras, que permiten un contacto directo con los residentes rurales¹.

En cuanto al turismo de naturaleza, es una modalidad que se desarrolla en espacios naturales poco intervenidos (especialmente en áreas silvestres protegidas), que por razones de un enfoque de desarrollo turístico más comprometido con los ambientes naturales, ha estimulado programas y proyectos relacionados con el medio ambiente. Entre las actividades más relevantes vinculadas al turismo de naturaleza se puede mencionar el ecoturismo.

En Chile las visitas a áreas protegidas, el ecoturismo y la observación del paisaje, representan la segunda actividad más importante realizada por los turistas internacionales, con un total del 26,6% de las preferencias. En cuanto al mercado interno, si bien un 18,5% de los turistas nacionales realiza actividades en torno al medio rural, sólo un 4,2% responde que visita áreas protegidas².

1 En Chile el concepto censal de “entidad rural” se aplica a todo asentamiento humano, concentrado o disperso, cuya población no supera los 1.000 habitantes o entre 1.001 y 2.000 en caso que la población económicamente activa dedicada a las actividades secundarias y/o terciarias sea inferior al 50%. Ver Instituto Nacional de Estadísticas (1995). Ciudades, Pueblos y Aldeas. Censo 1992. Santiago

2 Servicio Nacional de Turismo. Op.cit

Esta actividad aborda la vinculación turismo-ecología y aunque pueda parecer extraño para quienes discuten la necesidad de asignarle una denominación adicional al turismo o para los operadores que han trabajado por años, en la prestación de servicios turísticos en áreas protegidas o en su entorno, recién en las últimas décadas adquiere un significado y reconocimiento en la gestión gubernamental y en la actuación de los organismos dedicados a la protección ambiental.

d. Destinos Turísticos de Montaña

Corresponde a un destino turístico conformado por un centro poblado que cuenta con equipamiento e instalaciones de apoyo (andariveles, miradores, etc.), cuya principal función se orienta a la práctica de actividades y deportes de montaña y alta montaña, como es el caso de los centros de esquí. No obstante, actualmente numerosas actividades como es el caso de baños termales, retiros espirituales o la interpretación ambiental, concitan la atracción en zonas de montaña, dando origen a nuevos productos y servicios.

La configuración montañosa del territorio nacional ha sido un factor de atracción para el desarrollo de instalaciones de esquí en la zona central y sur del país, favoreciendo directamente a los residentes de los centros poblados aledaños, debido a la ampliación de la temporada turística y a la diversificación de la oferta de actividades.

El turismo de montaña fomenta el “uso múltiple” de los recursos naturales, por cuanto es un tipo de turismo que combina el deporte con el turismo de naturaleza y el ecoturismo. Sin embargo, el estudio de SERNATUR indica que sólo el 5,9% de los turistas nacionales practica actividades de montaña durante sus viajes, aunque en el caso de los turistas internacionales la proporción de quienes practican actividades deportivas de montaña y nieve asciende al 14,1%¹.

e. Destinos Turísticos Lacustres

Estos destinos se ubican principalmente en la zona sur de Chile, con una mayor intensidad de desarrollo de centros poblados ribereños a lagos a partir de la Región de la Araucanía, donde se encuentran varias localidades turísticas que destacan por su ubicación en las riberas de lagos que han dado origen a concurridos balnearios, como es el caso de los lagos Villarrica, Llanquihue, Panguipulli. Si bien el desarrollo de estos destinos, presenta algunas similitudes con el litoral, la escala de los centros poblados y la concentración de turistas no alcanza la dimensión de la costa, generando un tipo de desarrollo de menor concentración, más acorde con el paisaje rural del entorno.

¹ Servicio Nacional de Turismo. op. cit

El estudio de SERNATUR registra que un 10,9% de los turistas nacionales realiza actividades en ríos y lagos, siendo probablemente la zona de Pucón – Villarrica la más visitada, lo que también se aprecia en los registros correspondientes al turismo internacional, que concentran el 5,2% de los turistas que ingresan por el aeropuerto internacional de Santiago.

f. Destinos Turísticos Insulares

El turismo insular comprende a todo tipo de desarrollo turístico localizado en pequeñas unidades territoriales insulares, que en el caso de Chile, con algunas excepciones - donde destacan por su atractivo turístico Isla de Pascua y Juan Fernández - se localizan principalmente a partir de la Región de Los Lagos, en la Patagonia. Según los registros de SERNATUR, el total de visitantes que ingresó a Isla de Pascua el año 2012, alcanzó a 52.202 visitantes¹.

Según Martín de La Rosa (2009:101), “las regiones insulares se caracterizan por su alto grado de dependencia y vulnerabilidad con respecto a la actividad turística. Es decir, y aunque resulte un planteamiento difícil de asumir, la actividad turística, es en la mayoría de los casos sino el único, si el principal recurso económico con el que cuentan las regiones insulares. Solamente con realizar pequeñas comparativas entre la situación que presentan las islas que se han convertido en destinos turísticos y las que permanecen al margen...

Con el desarrollo de la actividad turística hemos visto como la economía de las regiones insulares pasa a articularse y a depender únicamente o principalmente de este sector. De esta forma las islas pasan a depender de los controladores del flujo turístico -los tour operadores- y de los intereses de los inversores, al mismo tiempo que se ven en la necesidad de evitar la expansión de noticias relacionada con aspectos que pueden afectar negativamente al destino. A su vez en las islas existen algunos aspectos que la convierten en más vulnerables con respecto a los impactos asociados al desarrollo de la actividad turística”².

Propuesta de criterios de sustentabilidad para una distinción de destinos turísticos.

La propuesta de un Sistema de Distinción de Sustentabilidad de Destinos Turísticos de Chile, se respalda en los criterios de turismo sustentable para destinos definidos por el Consejo Global de Turismo Sostenible y sus respectivos verificadores, que constituyen la base para el monitoreo constante de la actividad turística en los cuatro ámbitos (económico, ambiental, sociocultural y de gestión), que ya han sido desarrollados y aplicados por este organismo en Chile, a través del Programa Early Adopter, el año 2013 en el Lago Llanquihue y cuentan con el respaldo de la Organización Mundial del Turismo³.

1 Servicio Nacional de Turismo. Cuadros Estadísticos. Turismo Informe Anual 2012
 2 De La Rosa Martín, Beatriz (2009). Turismo en Ecosistemas Insulares. Antropología en el Paraíso. Tenerife
 3 Ver www.gstc.org

La puesta en marcha del sistema de distinción empleando estos criterios, constituye una decisión estratégica para abordar el trabajo a nivel de destinos, por cuanto su objetivo no sólo radica en medir factores ambientales en un momento determinado de su desarrollo turístico. Los criterios propuestos se describen en el siguiente cuadro N° 1:

Cuadro N° 1.

Descripción de los criterios de turismo sustentable para destinos turísticos de Chile

| ÁMBITO SOCIOCULTURAL | | |
|----------------------|---|---|
| 1 | Comportamiento del visitante | El destino tiene pautas para el comportamiento de los visitantes, que están diseñadas para minimizar los impactos que afectan el medio ambiente. Estas pautas han sido consensuadas con la comunidad y se difunden a todos los visitantes. |
| 2 | Disponibilidad de información e interpretación de los principales sitios turísticos | Los visitantes cuentan con información e interpretación de los sitios claves naturales, históricos, arqueológicos, religiosos, espirituales y culturales. Se comunica la información en los idiomas pertinentes. |
| 3 | Respeto de la propiedad intelectual | El destino tiene un sistema para asegurar el respeto de la propiedad intelectual del patrimonio tangible e intangible de individuos y comunidades. |
| 4 | Satisfacción de la comunidad con la actividad turística | Las aspiraciones, preocupaciones y satisfacción de los residentes son monitoreadas regularmente, se registran y se publican. Se aplican medidas, cuando corresponde, asegurando la participación de todos los interesados. |
| 5 | Conciencia turística y educación ambiental | El destino ofrece regularmente programas a los residentes para mejorar su conocimiento del patrimonio turístico cultural y su comprensión de las oportunidades y desafíos del turismo, así como la importancia de la sustentabilidad. Se ha establecido e implementado un programa de educación ambiental dirigido a estudiantes. |
| 6 | Prevención de la explotación y comercio sexual | El destino tiene un sistema definido y prácticas establecidas para evitar la explotación y el acoso comercial, sexual o de cualquier otra forma, particularmente de los niños, adolescentes, mujeres y minorías. |
| 7 | Acceso de residentes a sitios turísticos | El destino protege, monitorea y resguarda el acceso de residentes locales a sitios naturales, históricos, arqueológicos, religiosos, espirituales y culturales. |
| 8 | Manejo de visitantes en sitios turísticos | El destino tiene un sistema de manejo de visitantes que incluye medidas para preservar, monitorear y proteger sus atractivos turísticos naturales y culturales. |
| 9 | Apoyo a la comunidad local | El destino tiene un sistema que estimula a los visitantes para realizar actividades voluntarias o contribuir al desarrollo comunitario, patrimonio cultural y la conservación de la biodiversidad. |
| 10 | Protección legal del patrimonio cultural | El destino cuenta con un programa para la protección, puesta en valor y difusión del patrimonio cultural tangible e intangible, que entre sus medidas prohíbe la venta o exhibición de piezas o muestras históricas y arqueológicas sin autorización legal. |
| ÁMBITO ECONÓMICO | | |
| 11 | Monitoreo del impacto económico del turismo | La contribución económica directa e indirecta del turismo a la economía del destino se monitorea regularmente y sus resultados se difunden públicamente. |
| 12 | Oportunidades de empleo | La legislación o política laboral en el destino asegura igualdad de oportunidades de empleo para mujeres, jóvenes, minorías y otros grupos vulnerables. |
| 13 | Apoyo a empresarios locales y al comercio justo. | El destino cuenta con programas de financiamiento para apoyar a empresarios locales y nuevos emprendimientos, promoviendo que apliquen los principios del comercio justo. |
| 14 | Empleo directo en turismo | El destino monitorea y elabora información periódica sobre el total de empleos generados por las empresas turísticas según género y edad de los trabajadores contratados. |
| 15 | Certificación de calidad turística | El destino tiene un sistema que promueve la certificación para los servicios turísticos a través del sello Q de calidad (SERNATUR). |
| 16 | Certificación de los guías de turismo (incluyendo todas las normas) | El destino cuenta con un programa de apoyo dirigido a los guías para certificarse según las normas que corresponden a su especialidad. |
| 17 | Registro formal de empresas turísticas | Las empresas turísticas del destino están inscritas en el Registro Nacional de Clasificación de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR. |

*Continuación Cuadro N°1.
Descripción de los criterios de turismo sustentable*

| ÁMBITO GESTIÓN | | |
|----------------|--|---|
| 18 | Plan o Estrategia de Desarrollo Turístico | El destino ha establecido y está implementando una estrategia de turismo sustentable, participativa y de largo plazo, que está disponible públicamente. |
| 19 | Gestión Ambiental Local y monitoreo de Sustentabilidad turística | El destino cuenta con políticas públicas y un sistema para monitorear y proteger los lugares naturales, históricos, religiosos, espirituales y culturales, incluyendo los paisajes escénicos naturales y culturales. |
| 20 | Organización de la gestión turística | El destino tiene un Comité Local de Turismo Sustentable, o una estructura de gestión responsable de trabajar con un enfoque coordinado para el desarrollo del turismo sustentable. |
| 21 | Manejo de la estacionalidad turística | El destino asigna recursos para mitigar la variabilidad estacional de la actividad turística, cuando corresponde. Se establecen iniciativas para asegurar un adecuado equilibrio entre las necesidades de la comunidad local, el sector privado, el entorno natural y el patrimonio cultural. |
| 22 | Adaptación y mitigación del cambio climático | El destino cuenta con un sistema para identificar desafíos y oportunidades asociados con el cambio climático, fomentando estrategias de adaptación y mitigación, para el desarrollo localización, diseño y gestión de instalaciones de turismo. |
| 23 | Catastro de atractivos turísticos | El destino tiene un inventario actualizado y disponible públicamente de sus atractivos turísticos claves, incluyendo sitios naturales, históricos, arqueológicos, religiosos, espirituales y culturales. |
| 24 | Planificación turística del territorio | Las comunas del destino cuentan con planes reguladores vigentes o un Plan Regulador Intercomunal que incluya normativas para planificar el desarrollo sustentable del turismo en el territorio y regular el uso del suelo, proteger el patrimonio natural y cultural. |
| 25 | Regulación para la adquisición de tierras y propiedades | El destino cuenta con normas y reglamentos que regulan la venta de tierras y otras propiedades, especialmente en zonas indígenas, así como el reasentamiento de las comunidades cuando se requiere y las respectivas medidas de compensación. La participación de las comunidades en este proceso está asegurada en esta normativa. |
| 26 | Satisfacción general del turista | El destino tiene un sistema para monitorear, informar públicamente y, si es necesario, tomar medidas para mejorar la satisfacción de la experiencia de los visitantes. |
| 27 | Preparación para crisis y emergencias | El destino cuenta con un plan para enfrentar crisis y emergencias claves (Ej. Inundaciones, terremotos, erupciones volcánicas, etc.), que prevé un sistema de comunicación a residentes y visitantes. |
| 28 | Accesibilidad para todos | Los sitios turísticos e instalaciones, incluyendo las de importancia natural, cultural e histórica, son accesibles para todos, incorporando a personas con discapacidad y otras con movilidad reducida. En los lugares e instalaciones que no son inmediatamente accesibles, se han diseñado e implementado soluciones que tienen en cuenta, tanto la integridad del sitio, como las adaptaciones razonables para las personas con discapacidad. |
| 29 | Promoción turística respetuosa del destino. | El destino cuenta con una estrategia de promoción respetuosa, auténtica e integradora que incorpora los valores culturales. |
| 30 | Seguridad en el destino | El destino cuenta con un sistema para monitorear, prevenir, informar públicamente y responder a los actos de delincuencia, riesgos de seguridad y sanitarios que pueden afectar al turismo. |
| 31 | Implementación de sellos o distinciones de sustentabilidad turística | El destino tiene un sistema que promueve la distinción en turismo sustentable (Distinción S) de alojamientos turísticos. |
| 32 | Programas de mejoramiento del patrimonio urbano | Las municipalidades que integran el destino cuentan con un programa de mejoramiento urbano orientado a fortalecer su imagen turística. |
| 33 | Asociatividad de la comunidad local | El desarrollo turístico en el destino ha involucrado a la comunidad local, mediante la participación en proyectos asociativos. |

Continuación Cuadro N°1.
Descripción de los criterios de turismo sustentable

| ÁMBITO MEDIO AMBIENTE | | |
|-----------------------|--|---|
| 34 | Gestión de riesgos ambientales | Se toman medidas específicas para minimizar la emisión de contaminantes atmosféricos, adecuada disposición final de la basura y preparación, producción, uso seguro y eliminación de productos químicos. |
| 35 | Protección de ecosistemas | El destino tiene un sistema para monitorear el impacto ambiental del turismo en entornos sensibles y proteger hábitats y especies. |
| 36 | Protección de la vida silvestre | El destino tiene un sistema para asegurar el cumplimiento con las normas locales, nacionales e internacionales para la captura o cosecha, exhibición y venta de vida silvestre, tanto de animales como plantas. |
| 37 | Emisión de gases de efecto invernadero | El destino tiene un sistema para apoyar a las empresas y servicios relacionados con el turismo a medir, monitorear, informar y mitigar sus emisiones de gases de efecto invernadero. |
| 38 | Manejo eficiente de la energía | El destino tiene un programa o plan para promover el uso eficiente de la energía, medir el consumo y reducir la dependencia de combustibles fósiles. |
| 39 | Gestión del agua | El destino tiene un sistema para conservar y administrar el uso de agua y apoyar a las empresas relacionadas con el turismo a administrar y conservar este recurso. |
| 40 | Disponibilidad de agua potable | El destino tiene un sistema para controlar sus recursos de agua asegurando que el uso turístico es compatible con los requerimientos de agua de los residentes. |
| 41 | Calidad del agua | El destino tiene un sistema para monitorear la calidad de agua para el consumo. |
| 42 | Aguas servidas | El destino tiene directrices claras y obligatorias para el emplazamiento, mantenimiento y pruebas de descarga de tanques sépticos y sistemas de tratamiento de aguas residuales. |
| 43 | Manejo de residuos sólidos | El destino apoya a las empresas relacionadas con el turismo a adoptar estrategias de reducción de residuos. |
| 44 | Limpieza de playas | Existe un programa regular de limpieza de playas. Se mantiene la playa y su entorno, incluyendo accesos y estacionamientos, limpios. |
| 45 | Contaminación lumínica, visual y acústica | El destino tiene un plan para minimizar la contaminación acústica (ruidos) visual y la contaminación lumínica (si corresponde). |
| 46 | Transporte de bajo impacto | El destino tiene un plan para incentivar el uso del transporte de bajo impacto, incluido el transporte público. |
| 47 | Calidad del agua de playas | El destino cuenta con un sistema para monitorear la calidad del agua de las playas, cuyos resultados se publican regularmente. |
| 48 | Limpieza de los atractivos turísticos | Existe una campaña y un programa regular de limpieza y mantención de los atractivos turísticos. |
| 49 | Manejo de cuencas y control de erosión en la montaña | El destino cuenta con un plan o sistema de manejo de las cuencas hídricas que se han priorizado para controlar procesos de erosión de laderas y pérdida de cobertura vegetal. |
| 50 | Control de especies exóticas y plagas | El destino cuenta con un programa de control de especies exóticas que alteran el ecosistema. |

Fuente: Elaboración propia

La mayor utilidad de un enfoque basado en el registro y evaluación sistemática de indicadores es que permite analizar condiciones y posibles tendencias en diversos ámbitos de la sustentabilidad para generar mecanismos de mitigación y control dirigidos a reducir los riesgos que afectan el desempeño favorable del destino a largo plazo. Cada criterio puede evaluarse mediante uno o más indicadores que entregarán información más específica (cualitativa o cuantitativa).

Su principal utilidad práctica es que pueden emplearse como un verdadero “test” para monitorear cada una de las acciones que las autoridades locales, los empresarios y la comunidad local han decidido emprender para asegurar un desarrollo turístico bajo un modelo sustentable en el largo plazo.

Para definir los criterios e indicadores específicos de sustentabilidad del sistema se aplicó una metodología de tipo cualitativa y exploratoria que contempló las siguientes actividades:

- a) Revisión de antecedentes bibliográficos, estudios e informes especializados
- b) Evaluación comparativa (Benchmark) de sistemas de criterios e indicadores
- c) Entrevistas en profundidad a funcionarios de servicios públicos, empresarios y representantes de la comunidad local
- d) Talleres con actores públicos, privados y representantes de la comunidad local
- e) Encuestas a turistas
- f) Evaluación de criterios de sustentabilidad en terreno
- g) Participación en auditoría de destino del Programa Early Adopter del Consejo Global de Turismo Sostenible.
- h) Validación de resultados en los destinos piloto

Principales conclusiones y recomendaciones

Las principales conclusiones de trabajo desarrollado a nivel nacional son las siguientes:

- La puesta en marcha de un sistema de distinción de destinos turísticos implica un proceso de gestión que involucra a todos los actores locales, especialmente a los municipios.
- Existen brechas de sustentabilidad en todos los destinos analizados, las que actúan como una barrera para generar una imagen acorde a la demanda de los mercados más exigentes en materia de sustentabilidad. En este contexto los destinos analizados no superan condiciones mínimas.
- Los actores públicos y privados reconocen la necesidad de abordar las principales brechas identificadas a nivel de destino, siendo las más frecuentes las siguientes:

- a) Ausencia de un Plan de Desarrollo Turístico
 - b) Insuficiencia de normativas para la regulación del territorio turístico
 - c) Falta de conciencia turística en los destinos
- La gestión de destinos es una condición básica para impulsar procesos de desarrollo sustentable a largo plazo y en ese sentido los indicadores constituyen una herramienta de medición útil para orientar acciones a nivel local.
 - La capacidad de los actores regionales para abordar una gestión integral se encuentra limitada por la ausencia de planes o programas integrales de trabajo en los tres ámbitos claves de la sustentabilidad.
 - Los instrumentos de medición de la sustentabilidad son insuficientes por sí solos para impulsar un trabajo asociativo, por lo tanto deben necesariamente integrarse a un plan de acción.

Con el propósito de impulsar la implementación de un sistema de distinción que sea factible en el corto plazo, se propone diseñar un programa de trabajo en destinos, estableciendo prioridades consensuadas entre todos los actores públicos y privados, liderados por los municipios involucrados.

Es importante tener en cuenta que más importante que tratar de cubrir todas las temáticas, se trata de asegurar un trabajo serio, sistemático y de largo plazo, que permita finalmente focalizar la gestión de las autoridades locales y generar una vinculación sólida con el sector turístico privado y de mutuo beneficio con las instituciones del sector público relacionadas.

En los talleres realizados en los destinos pilotos, se priorizaron algunos temas que en opinión de los participantes debían integrarse en el corto plazo a la gestión local. Estos son los siguientes:

ÁMBITO SOCIOCULTURAL

1. Conciencia turística y educación ambiental.
2. Plan (es) o programa (s) de protección del patrimonio cultural urbano y rural.
3. Información e interpretación ambiental.
4. Satisfacción de la comunidad con la actividad turística.

ÁMBITO ECONÓMICO

1. Certificación Q de calidad turística.
2. Estudios sobre el gasto turístico anual y por temporada de los visitantes en la comuna.
3. Estudios sobre el empleo directo generado por el turismo.
4. Fomento a la micro y pequeña empresa turística.

ÁMBITO DE GESTIÓN

1. Plan o estrategia de turismo de largo plazo en ejecución en el destino.
2. Instrumentos específicos de regulación del uso del suelo (Ordenanzas, políticas o lineamientos para el uso del suelo) que contienen normativas de protegen el diseño, construcción, renovación y demolición de las instalaciones e infraestructura turística.
3. Información promocional.
4. Distinción S de sustentabilidad en empresas turísticas.
5. Seguridad ciudadana.
6. Gestión municipal (en el marco del proceso de certificación SCAM: Sistema de Certificación Ambiental Municipal).

ÁMBITO MEDIO AMBIENTE

1. Tratamiento de aguas servidas.
2. Disponibilidad de sistemas de gestión de residuos sólidos, considerando las 3R.
3. Plan de emergencia de riesgos ambientales.
4. Informe público de calidad del agua potable disponible en el destino.
5. Planes de protección del patrimonio natural.
6. Manejo eficiente de la energía.

Con la identificación de indicadores relacionados con estos problemas puede iniciarse a nivel local un trabajo específico que permita respaldar la gestión y esfuerzos que en todo el país se están haciendo para avanzar hacia la sustentabilidad de los destinos.

Referencias bibliográficas

Asia Pacific Economic Cooperation. APEC Tourism Working Group (1996). Environmentally Sustainable Tourism in APEC Member Economies. Singapore

Australian Government. Department of The Environment and Heritage (2004). Steps to Sustainable Tourism. Planning a Sustainable for Tourism, Heritage and The Environment. Canberra

Bigné, Font y Andreu (2000) Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC Editorial, Madrid

De La Rosa Martín, Beatriz (2009) .Turismo en Ecosistemas Insulares. Antropología en el Paraíso. Tenerife

Instituto Nacional de Estadísticas (1995). Ciudades, Pueblos y Aldeas. Censo 1992.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2011). Decreto N° 172. Aprueba Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico. Santiago.

Organización Mundial del Turismo (1999). Agenda para Planificadores Locales . Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Madrid

Organización Mundial del Turismo. Desarrollo Turístico Sostenible (1996). Guía para Planificadores Locales. Madrid

Organización Mundial del Turismo (1998). Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism. Madrid

Organización Mundial del Turismo (2011). Manual de Desarrollo de Productos Turísticos. Madrid

Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2006). Por un Turismo más Sostenible. Guía para Responsables Políticos. Paris

Rivas, Humberto (2014). Destinos Turísticos Sustentables. Propuesta para un Sistema de Distinción. Santiago

Ritchie, Brent (2004. Sustainable Tourism and Competitive Destinations

Servicio Nacional de Turismo (2013). Medición y Comportamiento del Turismo Interno. Santiago

Servicio Nacional de Turismo (2013). Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo. Santiago

Servicio Nacional de Turismo (2012). Turismo Informe Anual. Santiago

Implantación de un Sistemas de Gestión en Procesos Sostenibles para organizaciones turísticas de la región del Balle de Tenza, Boyacá, Colombia, Caso de sistematización

Johana M. Luna Cabrera¹

RESUMEN

El turismo en las últimas dos décadas, ha venido experimentando cambios constantes en su planeación, gestión y puesta en marcha; éste fenómeno social es responsable de ser uno de los principales causantes de deterioro ambiental, masificación de viajeros, aculturación de las comunidades y cientos de efectos negativos, originando que hoy por hoy se tomen medidas para lograr un cambio de actitud y visión en las personas.

La OMT (2004) en su nueva definición plantea que:

“Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo”

Es por ello que el turismo sostenible debe ofrece un uso óptimo a los recursos ambientales, ya que es una estrategia para el desarrollo de la actividad, ayudando a conservar y mejorar la diversidad natural; respetto por las comunidades anfitrionas, sus valores y contribución con el arraigo de cada una de sus costumbres; del mismo modo se debe reportar beneficios económicos equitativos, que generen ingresos, inversión y empleos para las comunidades anfitrionas y las empresas que intervengan en la actividad turística.

Con el fin de relacionar cada vez más los ejes que conforman el turismo sostenible, se han venido fortaleciendo los espacios convergentes entre el aspecto económico (empresas prestadoras de servicios turísticos), social (comunidades) y ambiental, con la conformación de proyectos enfocados

¹ Joven Investigadora UPTC 2014, Administradora Turística y Hotelera. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, UPTC
Grupo de investigación para la animación cultural, MUISUATA, Línea de investigación: Turismo, Cultura y Región.

a dinamizar el turismo. Para lograr dicha consolidación, se hace necesario poner en práctica principios básicos de calidad y sostenibilidad, a través de la verificación de procesos y la consolidación de actividades empresariales plasmadas en un sistema de gestión, que garantiza las características del servicio según las Buenas Prácticas Sostenibles específicas u otros documentos preestablecidos para el mejoramiento del proceso. En éstas técnicas de investigación cualitativa la sistematización de la experiencia garantiza la reconstrucción del proceso en el tiempo y analiza el nivel de complejidad entre los factores sostenibles de la actividad turística y sus actores.

Al realizar una sistematización de experiencias, el evidenciar y comprender las prácticas sostenibles realizadas en la región del Valle de Tenza, en la Finca Ecoturística La Isla¹; permitiendo, reconocer lo realizado y las actividades de mejoramiento, recuperar la memoria de lo puesto en marcha, analizar y reconocer no solo los fracasos sino los avances generados e identificar los puntos críticos que se presentan, generando conocimientos nuevos desde la propia práctica y avanzar en el trabajo de campo desde la transformación social.

El Grupo de Investigación para la Animación Cultural Muisuata ejecutor del proyecto en alianza estratégica con el GAL Valletenano, trabajan bajo la premisa de consolidación de la cadena de valor del turismo, celebrando la posibilidad de cohesión social y la reactivación socioeconómica desde la perspectiva del desarrollo humano.

PALABRAS CLAVES: Turismo sostenible - Sistemas de gestión – Certificaciones de calidad - Sistematización de experiencias.

¹ Finca Ecoturística La Isla beneficiario directo del programa turístico la “Trenza del Valle de Tenza”, desarrollado por el Grupo Muisuata, durante el periodo del 2010- 2011, que constituyó uno de los resultados del macro proyecto titulado: “Integración de la cadena de valor del Ecoturismo del Valle de Tenza como un aporte a la cohesión social la generación de empleo y la reactivación económica desde el desarrollo humano”, con el propósito de suscitar desarrollo organizacional y sustentabilidad.

MARCO TEÓRICO

La visión que se tiene sobre la calidad en procesos turísticamente sostenibles está ampliamente desarrollada; por lo tanto la implementación de modelos de Sistema de Gestión en Procesos Sostenibles ha propiciado una tendencia de prácticas adecuadas, que permite la ejecución de estas ideas en diferentes partes del mundo entre ellas Colombia. Cabe resaltar el papel facilitador del Gobierno nacional en procesos de cualificación turística, ejemplo de ello es la relevancia que se le otorga en la legislación actual.

Según Ley 1558 de 2012. “Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones” define:

Calidad. En virtud del cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2012).

Así mismo la Ley 1558 reglamenta:

Artículo 5. **Calidad turística.** Las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización establecidas en el artículo 69 de la Ley 300 de 1996 relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con la reglamentación que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.(Min comercio, 2012).

Estas iniciativas legales públicas que se están dando en el país, forman una vía alterna para el progreso de la región del Valle de Tenza y sus prestadores de servicios turísticos, apuntando a certificarse en las normas de calidad y en otras opciones que les dan reconocimiento como empresas eco, acordes con procesos que no afectan el medio ambiente. Por lo tanto, no podemos hacernos a un lado, inherentes a los cambios que trae consigo la evolución del mundo, al contrario, debemos participar activamente de los procesos de transformación que conlleva implementar nuevas técnicas pro pendientes a la planeación de la actividad turística.

Actualmente se ve necesario trabajar paralelamente con los integrantes que conforman la cadena de valor generadora del turismo tales como, proveedores de insumos, prestadores en el área de animación socio-cultural, transporte entre otros, los cuales son eslabón en los modelos de sistemas de gestión planteados desde aspectos empresariales, socio-culturales y ambientales aplicables en las áreas de alojamiento, gastronomía y animación, que dan espacio a la claridad de cada proceso y procedimiento llevados a cabo en la

actividad turística; la implementación de documentación requerida a través de formatos de evaluación y verificación de procesos y procedimientos de calidad y sostenibilidad para los mismos en las organizaciones, otorga validez y permite evidenciar procesos de cambio y retroalimentación para los beneficiarios de “La Trenza del Valle de Tenza”.

Posiblemente una alternativa de cambio la conforma la gestión sostenible, camino facilitador para la gestión en las microempresas prestadoras de servicios ecoturísticos teniendo en cuenta la documentación, registro y control en aspectos internos y externos referentes al cumplimiento de la actividad turística, siendo éste una estructura probada para la mejora continua de las políticas, los procedimientos y procesos de la organización, ayudando a lograr los objetivos empresariales mediante una serie de estrategias, que incluyen la optimización de procesos. (Oyarzún & Szmulewicz, 2000).

El adjetivo “Integral” en los *sistemas de gestión de calidad* de destinos turísticos, significa que es necesario coordinar organizaciones de naturaleza muy diversa y minimizar los impactos negativos en el entorno socio-cultural, económico y ecológico de la comunidad local.

Según Oyarzún & Szmulewicz en el año 2000, el sistema de gestión de destinos turísticos, parte de los siguientes aspectos: liderazgo (organización), planificación, recursos humanos, procesos, satisfacción del cliente, medida y control de los requisitos previos para atender a la mejora de la calidad y su implantación. Este sistema está basado en la satisfacción tanto de los empleados turísticos, como de la sociedad local y de los turistas, así como en la consecución de una política y estrategia dirigida a la gestión de personal, a los recursos y proceso, y finalmente a la consecución de resultados económicos, principalmente.

La efectividad de iniciativas basadas en calidad turística, masifica su impacto positivo en las organizaciones y en la región si se está ligada y encaminada al concepto de Marketing estratégico para empresas de turismo; puesto que la naturaleza de Mypimes de servicios tiende a tener enfoque en la satisfacción de la experiencia de viaje, esta particularidad requiere métodos particulares en la forma como se consolida el destino y se promocionan los atractivos turísticos locales.

Según Philip Kotler, (2004) el *Marketing* es, el proceso por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios”. Su definición más conocida es. “El concepto de Marketing se trata de una orientación filosófica o sistema de pensamiento, de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar las metas de la organización reside en averiguar las necesidades y deseos del mercado objetivo (dirección análisis) y en adaptarse para ofrecer (dirección operativa) las satisfacciones deseadas por el mercado, de una manera, mejor y más eficientemente que la competencia”

Así mismo (Witt & Mouthino,1997) definen al *Marketing turístico* como el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo actual y potencial, y se comunican con él para averiguar e influir en sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos y así alcanzar simultáneamente la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones.

Resultando este un tema fundamental para el desarrollo e implementación del (SGPS) donde la promoción, la plaza, el producto y el precio se planeen y ejecuten conforme las necesidades del visitante y el establecimiento.

Henche, (2012) afirma que la oferta turística ha de estar insertada en el medio rural y sometida al control y dirección de la propia población local, a la que ha de servir de medio para su promoción social y económica y para evitar la emigración, en este sentido el beneficio que genera desarrollar actividades turísticas en un espacio rural crea empleo, diversifica la economía local, potencia el consumo de productos locales, aprovecha las instalaciones existentes, no exige el abandono de la actividad tradicional, mejora la calidad de vida, preserva el entorno y mantiene las tradiciones culturales.

Al tener en cuenta la naturaleza empresarial del (SGPS) y en enfoque de Marketing que requieren las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan a nivel mundial la mayor parte de la demografía empresarial, por lo que se constituyen en actores centrales para el bienestar económico y social de las regiones y los países. Por esta razón generan en los gobiernos y en la comunidad académica gran interés por conocer más y mejor su naturaleza, sus potencialidades y problemas, y por apoyar su desarrollo y competitividad. Cuando se analizan los factores que favorecen o dificultan el éxito de las empresas, es necesario observar sus recursos y capacidades

Las *Mipymes turísticas* Según Serrato (2003) desde el punto de vista económico son “la unidad de producción, es decir, la encargada de combinar una serie de recursos productivos para transformarlos en bienes y servicios que satisfacen las necesidades de consumo” Los objetivos de la empresa turística, son iguales a los de cualquier otra organización y pueden clasificarse en tres: de carácter económico (rentabilidad); de crecimiento (incremento de producción); y por último de objetivo social (colectividad).

En la actualidad las acciones emergentes cada vez más numerosas en de una sociedad en cambio, permiten deducir la interiorización de un conocimiento vivido, puesto en función de la búsqueda de soluciones con componentes de innovación como lo son los lineamientos para un adecuado ejercicio de la actividad turística, ejemplo de ello es la voluntad

participativa de la comunidad del Valle de Tenza y la experiencia de la Finca la Isla en la consolidación de nuevos contextos.

“sistematizar experiencias” efectivamente, tiene que ver con seleccionar y ordenar información con criterios preestablecidos. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que cuando el término sistematizar va acompañado de experiencias, su significado adquiere otra dimensión porque la información se relaciona con sucesos y actores concretos, en lugares y contextos específicos y en tiempos delimitados. (Ministerio de la Protección Social, 2009 p. 18)

Las características planteadas que componen la sistematización de experiencias, se soportan en una investigación de carácter cualitativo; por cuanto es resultado de la integración voluntaria y participativa de un colectivo social, que permite analizar de manera detallada y organizada las particularidades de una experiencia para poder entender sus dinámicas, los sentidos que la inspiran y develar los aprendizajes resultado de la experiencia (conocimiento).

La sistematización de experiencias permite dar cuenta de una manera detallada y organizada, el proceso de una experiencia vivida y cómo fueron sus relaciones con el objetivo propuesto, el nivel de participación, el reconocimiento y la interpretación particular de un conjunto de factores experienciales nacidos del quehacer diario y expresados en propuestas teóricas e investigativas.

OBJETIVOS

En la actualidad la inexistencia de un Modelo de Sistema de Gestión en procesos Sostenibles diseñado para la obtención de factores de calidad aplicados a los prestadores de servicios turísticos genera: limitación en la aplicación de Buenas prácticas sostenibles en las organizaciones, desdibuja la formalidad de la actividad turística e invisibiliza los esfuerzos de planeación, control y mejora del proceso de servicio brindado por la comunidad de Valle de Tenza hacia a los turistas y visitantes.

Visionando un panorama de ejecución de la actividad turística para el Valle de Tenza en términos de sostenibilidad, se hace necesario poner en práctica principios básicos de calidad en los productos y/o servicios que se puedan generar a partir del mismo; la certificación en estos procesos garantiza un servicio idóneo para el turista, sin excluir las bases de la sostenibilidad que dan un valor agregado y una visión amplia para la creación de estrategias a largo plazo.

Esta investigación revitaliza los procesos administrativos (planeación, control y evaluación) en cuanto a la implementación de Sistemas de Gestión y buenas prácticas turísticas;

busca resaltar las ventajas competitivas que se obtienen por la adecuación a la sostenibilidad, y a su vez, promueve caminos facilitadores bajo los parámetros de consolidación de producto por medio del mercadeo vía web (E-Marketing) para los empresarios del programa de Valle de Tenza frente a la implementación de normas de certificación sostenible todo lo anterior relacionado con el desarrollo para Boyacá y sus prestadores servicios turísticos.

OBJETIVO GENERAL

Implementar el modelo de Sistema de Gestión en Procesos Sostenibles (SGPS), apoyado en estrategias de E-marketing para la Finca Eco turística la Isla, en alianza estratégica con el Grupo de Acción local del Valle de Tenza, y consolidar el proceso de sistematización de la experiencia del Modelo (SGPS), para la Finca Ecoturística la Isla, en el municipio de Santa María, Boyacá, Colombia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar y analizar el estado real y el nivel de prácticas sostenibles implementadas en la organización Finca Ecoturística la Isla.
- Estructurar y planificar el plan de acción, definiendo las acciones y funciones encadenadas a la formalización de procesos y procedimientos de la Finca Ecoturística la Isla.
- Establecer estrategias de E- Marketing siguiendo los parámetros de planificación turística sostenible.
- Documentar el proceso de gestión sostenible y realizar auditoría interna para el seguimiento de los procesos de calidad de la Finca Ecoturística la Isla.
- Realizar la Recolección, análisis e interpretación de la experiencia de procesos sostenibles (SGPS)

METODOLOGÍA

Durante el desarrollo del proyecto se privilegia el enfoque cualitativo, de tipo Intervención social, ya que se permite la implementación de la documentación requerida a través de formatos de evaluación y verificación de procesos y procedimientos de calidad y sostenibilidad para Finca la Isla prestador de servicios ecoturísticos vinculado al programa turístico “La Trenza del Valle de Tenza” según su diagnóstico de necesidades expresadas y sentidas, factor fundamental de trabajo.

El enfoque cualitativo Bernal (2000) “se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es medir sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes dentro de la situación estudiada”.

Se establecen las tres etapas macro de trabajo con sus actividades y respectivos resultados.

Se desglosa una a una las etapas de desarrollo y las actividades que lleva consigo el desarrollo de las mismas; se esquematiza las etapas de desarrollo del proyecto, las actividades a ejecutar y los resultados obtenidos en cada nivel de trabajo.

Etapas 1. Diagnóstico y valoración:

Actividades:

- Recolección de información
- Sensibilización frente a los procesos de certificación sostenible
- Aproximación al estado real de la organización
- Identificación de carencias.

Resultados:

- Contextualización de sostenibilidad
- Talleres, actividades y visitas a la Isla.
- Identificación de falencias a intervenir

Etapas 2. Diseño del Modelo de Sistema de Gestión para “La Trenza del Valle de Tenza”:

Actividades:

- Determinación y conocimiento del modelo de gestión.
- Esquematización del modelo de Sistema de Gestión Sostenible.
- Diseño del modelo de gestión.

Resultados:

- Correlación de lineamientos entre parámetros generales para la sostenibilidad.
- Esquematización del sistema de gestión.

Etapas 3. Aplicación del Sistema de gestión:

Actividades:

- Planificación del Sistema.
- Documentación de las empresas vinculadas al proyecto.
- Implementación y análisis.

Resultados:

- Plan de acción para la implementación
- Cronograma de actividades
- Diagnóstico, segundo momento
- Comparación y análisis de los procesos de auditoría

Etapa 4. Delimitación de la sistematización:

Primer momento: proceso de planificación de la sistematización del sistema de gestión en procesos sostenibles (sgps). Este momento se desarrollaran cuatro pasos metodológicos:

Actividades

- Delimitación del Objetivo.
- Definición del Objeto.
- Precisión del Eje de sistematización.
- Definición del Método.

Resultados:

- Contextualización de la experiencia.
- definición del método.
- Identificación y análisis documental de los ejes de sistematización.

Reconstrucción de la experiencia “La Trenza del Valle de Tenza y el Modelo de SGPS ”
Segundo momento: recuperación, análisis e interpretación de la experiencia del sistema de gestión en procesos sostenibles (SGPS): Donde se desarrollaran los siguientes pasos: Recopilación de información, ordenamiento según el tipo de información producida por Finca Ecoturística La Isla, análisis e interpretación crítica de la(s) Experiencia, y síntesis de los aprendizajes del modelo de implementación SGPS.

Resultados:

- Entrevistas semi-dirigidas en temas generales de la sostenibilidad y la experiencia.
- Esquemización de la experiencia en el tiempo.

Aplicación del Sistema de gestión:

Tercer momento: comunicación del sistema de gestión en procesos sostenibles (SGPS): Corresponde a la difusión de los resultados de la experiencia, donde se deberá producir: una estrategia de comunicación, diseño y edición de publicaciones y participación en eventos relacionados con gestión turística y/o sostenibilidad y elaboración del informe final.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN:

En un primer momento, se presentó procesualmente el análisis de los conceptos precisos para llegar al esclarecimiento de los sistemas de gestión sostenible, para ello se estudiaron factores como: turismo sostenible, normas de certificación, conceptos básicos de relación consecucional (matriz) y finalmente las acciones resultantes de la relación entre certificaciones y estándares de gestión; todo esto con el objeto de clarificar los elementos convergentes en los procesos de certificación sostenible.

En el transcurrir del proyecto se plantearon algunas certificaciones de calidad, sostenibilidad y verificación de procesos propias al trabajo que se generaba en las actividades de acompañamiento con los beneficiarios en el desarrollo del programa turístico La Trenza del Valle de Tenza; las normas de certificación y verificación se determinaron por su forma y su consecución según los alcances propuestos por la región. Las 5 normas y 5 guías de verificación de Buenas Prácticas, fueron retomadas y analizadas criterio a criterio para un total de **1038 criterios estudiados**:

Alojamiento:

- Criterios de la norma Smart Voyager.
- **NTS H 007** Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios.
- **NTS H 008** Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios.
- Buenas prácticas en acción para empresas de alojamiento criterios de verificación de Rainforest Alliance.

Gastronomía:

- **NTS-USNA 002** Servicio a los clientes con los estándares establecidos.
- **NTS-USNA 007** Normas sanitarias de higiene y manipulación de alimentos.
- Buenas prácticas en acción para empresas de alimentos y bebidas criterios de verificación de Rainforest Alliance.

Animación:

- Buenas prácticas en acción para guías de turismo criterios de verificación de Rainforest Alliance.
- Guía para una gestión empresarial sostenible criterios de verificación de Rainforest Alliance.
- Buenas prácticas para turismo sostenible criterios de verificación de Rainforest Alliance.

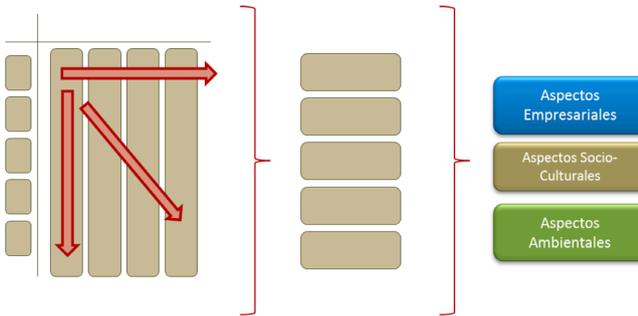
El proceso de convergencia de criterios presenta como resultado la creación de la matriz consecucional, donde se establecen los aspectos de gestión que se va a implementar en una organización y están dispuestos en categorías dado los ejes principales de la sostenibilidad, la facilidad de reconocimiento dentro de la caracterización y las ventajas de presentación y manejo para el

diseño del Sistema de Gestión. El obtener una herramienta de fácil manejo con estándares de sostenibilidad y garantías de calidad, genera un factor diferenciador en la gestión empresarial de las organizaciones vinculadas al Modelo de Sistema de Gestión en Procesos Sostenibles.

Figura 1. Matriz condicional/consecuencial del Modelo y aspectos generales del SGPS.

Anselm Strauss y Juliet Corbin definen:

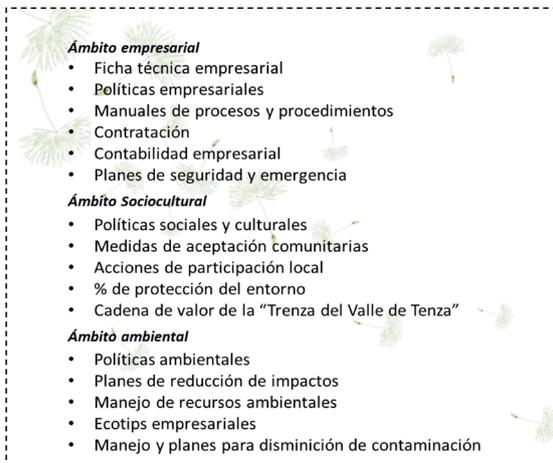
Matriz: Representación diagramática de un conjunto de ideas. Mecanismo analítico que estimula el pensamiento del analista sobre las relaciones entre los elementos.



Fuente: Luna (2013)

En una segunda etapa, con la información documental esquematizada se recrea el Modelo de Gestión en Procesos de Certificación Sostenible, planteado con base en la correlación de lineamientos entre parámetros generales para la sostenibilidad y esquema de organización de la Norma Técnica 6001.

Figura 2. Esquema general Modelo de SGPS



Fuente: Luna (2013)

Para un tercer momento la implementación del Sistema de gestión para los prestadores de servicios turísticos de “La Trenza del Valle de Tenza” se materializa a través de la documentación requerida en el Sistema de Gestión para las organizaciones vinculadas: Finca la Isla, Asadero el Bohío y Reserva privada el Secreto.

Cada documento contiene información vital de la empresa evidenciada a través de políticas, procedimientos, protocolos, registros y documentos soportes para auditorías internas, etc; presenta características únicas que lo identifican como soporte técnico del Sistema de Gestión y aporta evidencia tangible de las acciones de la sostenibilidad en el territorio del Valle de Tenza.

Finca la Isla: 30 documentos.

Asadero el Bohío: 33 documentos.

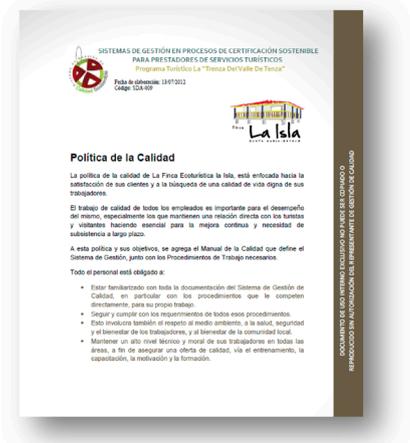
Reserva privada El Secreto: 22 documentos.

Registros Finales para “La Trenza del Valle de Tenza”: 38 formatos de registro.

Documentación de apoyo: 13 documentos.

Total documentación: 126 Doc.

Figura 3. Ejemplo de documentación del SGPS para Finca la Isla



Se encuentran conformados por:

- Sistema de gestión
- Políticas empresariales
- Manuales de procesos y procedimientos
- Criterios para la gestión sostenible
- Requerimientos empresariales sostenibles
- Programas y planes empresariales
- Evidencias de procesos sostenibles
- Protocolos de control
- Documentos de auditoría interna.
- Rotulación de áreas y envases.
- Posters informativos.
- Encuesta de satisfacción

Fuente: Luna (2013)

Finalizando el proceso de implementación en las organizaciones y para evidenciar la evolución empresarial de Finca La Isla, Asadero el Bohío y Reserva privada El Secreto, se toma como medida la auditoría hecha al inicio del proceso y una auditoría final con las acciones de documentación ya implementadas.

Esta medición arroja valores cuantitativos y cualitativos, indicadores de efectividad del SGPS además de la búsqueda y consecución de certificaciones de calidad y sostenibilidad para la región del Valle de Tenza.

El cumplimiento significativo representado en el aumento de 19,5% en promedio para las tres (3) Mipymes que implementaron la documentación del Sistema de Gestión, fue un acierto que reafirma la efectividad del proceso llevado a cabo; no obstante es importante recalcar que esta medición se hace bajo los parámetros de auditoría de cada norma y que inevitablemente la documentación es solo un aspecto a evaluar dentro del cumplimiento total de los criterios, esto conlleva a ver la mejoría notoria en los resultados pero no el cumplimiento total de las certificaciones.

CONCLUSIONES:

Si bien es cierto que los Sistemas de Gestión como herramienta de formalización de procesos, procedimientos y registro de las actividades turísticas son muy efectivos, es importante sostener el proceso a través del tiempo. La visión de trascendencia hacia el futuro debe estar en la mente de todos los actores que hacen parte del proceso, ser consecutivos en la tarea de las actividades implica además de un gran esfuerzo de disciplina empresarial, un efectivo paso a la diferenciación del corporativo en el mercado.

El espíritu y el ímpetu que se pueda tener en el complejo proceso de adaptación del Sistema depende del modo de implantación que se pueda llegar a tener; es claro que las actividades marcadas dentro de la gestión conllevan un proceso de cambio y mejora, la idea de compromiso a corto plazo en las ideas propuestas de transformación son el pensamiento propicio para el cumplimiento de las metas. La falta de actuación y la apatía pueden llegar a ser causales de fallo en la retroalimentación del Sistema de Gestión, dejando incompleto el proceso de mejora cíclica.

Para no caer en la trampa del deterioro continuo, dentro del Sistema se plantearon actividades de acompañamiento a lo largo de todo el proceso; esto con el fin de crear ambiente de empoderamiento, participación e interés constante por los resultados esperados. Esta meta evidenció la comunicación efectiva, la comprensión de procesos y la asertividad a la hora de documentar y registrar sus operaciones, visualizando a término de meses la solicitud de certificación de sostenibilidad por parte de un tercero para la empresa Finca la Isla.

En lo concerniente al cambio de actitud, las organizaciones avanzaron pasos importantes al ambicionar procesos de mejora en pro de la sostenibilidad turística, por otro lado, la significancia económica que implicó el cumplimiento de algunos aspectos del Sistema

fue mínima, ya que los “documentos impresos” (políticas, cumplimiento de rotulación, información al turista, registro de operaciones, manuales y protocolos, etc) por política sostenible empresarial fueron hechos en su totalidad en papel reciclado 100%. Para los compromisos referentes al cambio en planta física o adecuaciones que impliquen financiamiento, el proceso de acompañamiento hecho por el programa turístico “La Trenza del Valle de Tenza” asesoró proyectos de inversión que se planean ejecutar a corto término; De igual forma el proyecto ecoturístico aportó cartillas de trabajo impresas, propias para los procesos de mejora continua.

De esta manera se intenta hacer buen uso de todos los recursos a la mano para facilitar la implantación del Sistema de Gestión, acudiendo a material físico aportado por el proyecto ecoturístico, como también espacios de comunicación y marketing gratuitos que forman parte de las estrategias de gestión establecidas por el Sistema; resultado de esto es el espacio digital: <http://lunitalu88.wix.com/sistemadegestion>, donde se encontrará la contextualización del Sistema de Gestión en Procesos de Certificación Sostenible, al igual que un espacio de publicidad para las organizaciones implementadoras.

Si bien es cierto que los Sistemas de Gestión como herramienta de formalización de procesos, procedimientos y registro de las actividades turísticas son muy efectivos, es importante sostener el proceso a través del tiempo. La visión de trascendencia hacia el futuro debe estar en la mente de todos los actores que hacen parte del proceso, ser consecutivos en la tarea de las actividades implica además de un gran esfuerzo de disciplina empresarial, un efectivo paso a la diferenciación del corporativo en el mercado. Al sistematizar la experiencia se puede tener una concepción de lo complejo que puede llegar a ser el proceso de adaptación del Sistema, dependiendo del modo de implantación, las actividades marcadas dentro de la gestión, el proceso de cambio y mejora y la idea de compromiso a corto plazo en las ideas propuestas de transformación

Para no caer en la trampa del deterioro continuo, dentro del Sistema se plantearon actividades de acompañamiento a lo largo de todo el proceso; esto con el fin de crear ambiente de empoderamiento, participación e interés constante por los resultados esperados. Esta meta favorece la comunicación efectiva, la comprensión de procesos y la asertividad a la hora de documentar las operaciones de la Finca la Isla y facilita la reconstrucción del proceso sustentable, a través de las entrevistas con los actores y la memoria colectiva del territorio.

De esta manera se intenta hacer buen uso de todos los recursos a la mano para facilitar la sistematización de la experiencia del Sistema de Gestión, acudiendo a material físico, espacios de comunicación y memoria de la actividad turística sostenible en términos de experiencia y desarrollo de territorios.

BIBLIOGRAFÍA:

Alfonso, N.E. (2011). Integración de la cadena de valor del ecoturismo del Valle de Tenza como un aporte a la cohesión social, la generación de empleo y la reactivación económica desde el desarrollo humano. Informe Descriptivo Final. Duitama: UPTC- Muisuata.

Bernal, C.A. (2000). *Métodos Del Proceso De Investigación Científica 7.5 Tipo De Investigación. Metodología*. De La Investigación Para Administración Y Economía. Bogotá: Editorial Pearson Educación De Colombia LTDA.

Henche, G.M. (2012). *Marketing del turismo rural*. España: Editorial pirámide, tercera edición.

Kotler, P (2004) *Ten Deadly Marketing Sins: Signs and Solutions*. Editorial John Wiley & Sons. Universidad Northwestern. Estados Unidos.

Londoño, L.E. (2010) *Turismo sostenible*, En: Memorias del I Seminario de promoción turística, Zeiky, Proexport y Cámara de Comercio Duitama. Duitama.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2012). Ley 1558 de 2012. “Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones” Recuperado de: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=13311>

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations - A Guidebook*. Tailandia. Recuperado de: <http://www.worldtourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront/EN/product/1369>

Oyarzún M. E. & Szmulewicz E. P. (2000). *Fortalecimientos de la Gestión*, En: Destinos Turísticos, Universidad Austral de Chile. Chile. Vol 4º. **Recuperado de: http://www.gestionturistica.cl/publicaciones/revistas/pdf/4_7.pdf**.

Serrato, J. (2003). *Las mipymes turísticas: cómo comercializar a través de la cooperación*. Bogotá: Departamento de publicaciones, Universidad Externado de Colombia.

Witt H. & Mouthino, (1997) *Tourism Marketing and management handbook*. Cambridge: Prentice- Hall International.

Revitalização de Espaços Pós-industriais: O Turismo como Alternativa de Desenvolvimento Sustentável para as Minas do Camaquã em Caçapava do Sul-RS/ BRASIL.

CUNHA, Aline Moraes¹

BAZOTTI, Leandro dos Santos²

Resumo:

O presente artigo resulta do paralelo entre os conhecimentos acadêmicos e as atividades profissionais dos autores. Inicia-se pela contextualização a respeito do turismo, abordando o paralelo prático com o lazer e com o segmento de turismo rural e no espaço rural. Passando a experiências exitosas de usos turístico em espaços pós-industriais, e em especial o caso das Minas do Camaquã no município de Caçapava do Sul, localizado no estado brasileiro do Rio Grande do Sul, que busca alternativas sustentáveis de revitalização e desenvolvimento local e regional, através do turismo. Chegando à conclusão quanto à necessidade de reconhecimento do potencial, valorização do patrimônio histórico-cultural e natural e investimentos necessários para a consolidação das iniciativas já fomentadas nas Minas do Camaquã, de forma a consolidar este enquanto um espaço de lazer e destino turístico permanente do estado brasileiro do Rio Grande do Sul.

Palavra-Chave: Turismo; Lazer; Desenvolvimento Sustentável; Espaços Pós-industriais; Minas do Camaquã;

1. Introdução:

¹ Mestre em Desenvolvimento Rural – Programa de Pós Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS); Especialista em Agricultura Orgânica (UCS); Bacharel em Turismo (PUCRS). Professora do curso de Bacharelado em Turismo do Centro Universitário Metodista do IPA; Presidente do Conselho de Administração (Gestão 2013/2014) da COODESTUR – Cooperativa de Formação e Desenvolvimento do Produto Turístico; Sócia Diretora da PLANTUR – Consultoria em Planejamento Turístico.

² Mestrando em Turismo e Desenvolvimento Regional – Universidade de Caxias do Sul (UCS); Especialista em Docência para Educação Profissional (SENAC); Bacharel em Turismo (IPA); Técnico em Guia de Turismo (SENAC); Instrutor de Turismo de Aventura (SETUR RS); Educador ao ar livre (OBB). Sócio diretor da Atlas Alpinismo; Diretor de Meio Ambiente da Associação Porto Alegrense de Escalada Canionismo e Alta Montanha (APECAM); Servidor da SETUR RS; Consultor da MINAS Outdoor Sports;

Para chegarmos à construção do presente artigo, percorremos um trajeto de compreensão do turismo enquanto fenômeno atual, mobilizador de milhões de pessoas em todo o mundo, objetivando apontar alternativas de desenvolvimento sustentável, através de atividades de lazer e turismo, com a revitalização de espaços pós-industriais.

Como metodologia realizamos uma pesquisa qualitativa, que tem como principal característica o aumento da compreensão de um grupo social, ou de uma organização, e de caráter exploratório que tem por objetivo uma maior familiarização com o problema. (GIL, 2007)

Para a coleta de dados realizamos pesquisa bibliográfica em livros, revistas e material eletrônico a respeito do tema, bem como junto aos dados disponibilizados pelo empreendimento Minas Outdoor Sports, aplicando também o método de Estudo de caso, que proporciona a indagação empírica de um fenômeno e seu contexto, bem como, a realização de observação não participante, realizada durante as visitas dos autores à comunidade e execução das atividades. (YIN, 2010).

Para exemplificação e melhor entendimento quanto à situação atual do tema, trazemos experiências exitosas no Brasil e no mundo, e como exemplo de iniciativa local, abordamos as Minas do Camaquã, no município de Caçapava do Sul – RS, sendo este o nosso estudo de caso.

Ressaltamos que as abordagens teóricas aqui trabalhadas, buscam abordar dados e informações de aspectos históricos e econômicos que possibilitam a compreensão do cenário atual, referente ao tema e área de estudo, de forma a embasar a realização de ações futuras na área do planejamento sustentável de espaços de lazer e turismo juntamente com suas comunidades, dado o caráter totalmente vulnerável do setor no que tange aos aspectos sociais e econômicos.

2 Contextualizações a respeito do turismo:

Na busca por experiências individualizadas, através da diferenciação de atrativos, produtos e serviços, que valorizem e preservem os patrimônios naturais e culturais dos destinos, se reconhece ser o turismo, um conjunto de relações humanas, que amparado por um sistema, ultrapassa as fronteiras econômicas, financeiras e industriais, situando-se numa dimensão que sintetiza o conhecimento científico e as aspirações dos indivíduos. (MOLINA, 2005)

Com o fato das atividades de lazer e turismo se tornarem “objeto de status social”, a partir dos estudos de Campbell (1987) e Urry (1995), passa-se a considerar o turismo como “objeto de consumo” da sociedade moderna.

Urry (1996) considera que é difícil entender a natureza do turismo contemporâneo, sem avaliar como suas atividades são construídas em nossa imaginação pela mídia. Desta forma o autor, considera o “velho turismo” e o “novo turismo”. O primeiro estaria ligado ao “consumo de massa fordista” que “reflete, sobretudo o interesse dos produtores” e o segundo estaria relacionado ao “consumo diferenciado pós-fordista”, que “caracteriza-se pela prevalência dos consumidores”. Desta forma o velho turismo trabalhava com base em “empacotamentos e padronizações”, enquanto o novo turismo passa a trabalhar de forma mais flexível buscando melhor atender a demanda do mercado consumidor.

Desta forma, Molina (2004), avalia que com a pós-modernidade, as descontinuidades do entorno, a mudança, a transformação e o estilo dinâmico, passaram a ser estruturais da cultura e da sociedade de forma geral, assim impactando de forma particular no turismo. Bem como, a instalação de sistemas mais personalizados tanto de produção como de consumo, reconhecendo a mobilidade e a mudança na busca pelo único.

3. Lazer e trabalho

Para Veblen (1994), o lazer que caracterizou a elite aristocrática pré-capitalista, também vai ser assumido pela nova elite, como principal símbolo de um novo *status*, adquirido pela posse de riquezas. Os burgueses, vão procurar ostentar sua “inatividade”, num mundo fundado sobre o valor absoluto do trabalho, como um signo de distinção, assim o lazer e o consumo ostentatório, se tornam o principal símbolo da classe dominante.

Ainda conforme Steil (2002), o segundo autor a tratar da relação entre lazer e trabalho é o sociólogo Friedmann, em 1956 na França. Assim, considera que este, destaca o papel do lazer como, “experiência criativa de recomposição da personalidade do trabalhador, fragmentada pelo trabalho parcelado e mecânico que se generaliza na França depois da Segunda Guerra, com a imposição do modelo fordista na produção industrial.” (STEIL, 2002, p.53). Nesta análise, surge pela primeira vez a ideia do “lazer compensatório” como uma variante ao “lazer alienado”, fazendo do lazer e do turismo um fenômeno “diretamente determinado pelo trabalho”.

Para Brasil (2001), o próprio lazer, assim como o turismo, se perpetuou conceitualmente enquanto prática social, a partir do desenvolvimento do capitalismo e da sociedade industrial. Encontrando-se, portanto, relacionado historicamente ao tempo livre resultante da redução da jornada de trabalho. Na realidade, a sociedade industrial foi responsável pela radicalização da separação entre tempo livre e tempo de trabalho. Tratando-os de forma estanque e separada, como se um fosse, exatamente a antítese do outro.

A formulação de Marcellino (2000), não considera que seja necessário realizar uma opção entre dois polos irreconciliáveis, tempo livre ou tempo de trabalho, mas sim, que seja necessário considerá-los em processo de mudança, através da superação da antino-

mia trabalho e divertimento. O caráter revolucionário desta superação, se dá pela possibilidade de promover o encontro com o “novo” e o “diferente”, questionando os valores da estrutura social e das relações entre sociedade e espaço.

Neste contexto, passamos a compreender o lazer enquanto espaço de desenvolvimento e fruição humana, de encontro com o “novo” e o “diferente”, enquanto forma democrática de promover qualidade de vida, enquanto tempo livre que se funde ao tempo de trabalho, se re-significa, garantindo espaços de fruição, divertimento e trabalho, integrados e contíguos.

4. Turismo e as atividades não agrícolas no espaço rural

De forma diferenciada à expansão do chamado turismo de massa internacional, sujeito e direcionado ao atendimento das “demandas do consumidor”, surge entre outros tipos de turismo mais conscientes o Turismo Rural, buscando atender a demanda dos produtores por maiores ganhos no meio rural, e otimização das estruturas existentes. Assim faz-se necessária a reflexão quanto ao turismo e atividades não agrícolas no espaço rural.

Conforme Cavaco (2011), o turismo passa a figurar entre as atividades não agrícolas inseridas na pluriatividade rural, sendo reconhecida como vetor de diversificação das atividades não agrícolas, complementando rendimentos e reforçando a identidade e imagem dos lugares, bem como a autoestima das populações.

Da mesma forma, também considerando o turismo rural como uma destas atividades não agrícolas inseridas na pluriatividade rural, temos como referencial a conceituação de Schneider (2003, p.91), que a define como “um fenômeno através do qual membros das famílias de agricultores”, optam por exercer diferentes atividades, ou por atividades não-agrícolas, mantendo sua moradia no campo e uma ligação, produtiva com a “agricultura e a vida no espaço rural”.

Conforme Zimmermann (1996), o Turismo Rural, é “regional”, tendo a maioria da sua clientela, domiciliada num raio de 150 Km. Desta forma, sendo classificado como “turismo de proximidade”. Porém, a procura nacional e internacional também pode ocorrer e ser desenvolvida, quando as comunidades apresentarem fatores como, *fatos histórico-culturais relevantes*, como roteiros e rotas que abordem ciclos econômicos ou históricos.

Desta forma o turismo se agrega às atividades econômicas vigentes ou já caracterizadas como “ciclos econômicos” históricos de uma região, como potencializador destas atividades, seja através de demonstração de processos produtivos em funcionamento com caráter vivencial, ou meramente expositivo de um período, com caráter histórico pedagógico e interativo. Buscando a valorização de espaços, saberes e fazeres, porém com a diferenciação de ser muitas vezes, uma atividade econômica paralela à principal, de forma a construir um presente viável, vislumbrando um futuro mais sustentável e não apenas atuando como “uma janela” para o passado. (BRASIL, 2006)

Na atualidade, a diversidade conceitual, e diversificação de oferta de atividades de diferentes segmentos turísticos no meio rural, como o Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo de Aventura, entre outros, comprova o potencial de dinamização da economia regional, que o turismo acarreta.

5. Estruturação da indústria

Conforme Tavares (2000) com a constituição do complexo cafeeiro do centro-sul, o capital mercantil inglês encontrou uma nova fronteira de expansão tardia. Onde já não se tratava de uma aventura de domínio imperial, mais da incorporação do espaço econômico brasileiro, ao mercado internacional.

Entre os excelentes negócios ingleses no Brasil, estavam ferrovias, serviços de utilidade pública, e casas bancárias e de câmbio, investimentos estes espalhados por todo o país. Este período de transição do século XIX, para o século XX, embasado em financiamentos externos se manteve até a estruturação de uma indústria local, que ampliando a diversificação produtiva do país, se estendeu até a década de 1930, quando passamos da influencia inglesa para a norte-americana. Porém, após a Segunda Guerra Mundial os Estados Unidos, estavam voltados à sua atuação na Europa e Ásia, desviando sua atenção da América Latina. (TAVARES, 2000)

E diferentemente da Inglaterra; “não propunha uma nova divisão internacional do trabalho, que garantisse um papel à periferia na expansão do sistema capitalista internacional”. Segundo a autora, o interesse da nova potência hegemônica, nos países do cone sul, era “manter a nossa vocação agroexportadora”, contida nas regras do livre-comércio, de que eles mesmos eram autores. Buscando fortalecer a “nossa vocação agrícola”, estabeleceram empresas agroindustriais ligadas ao capital norte-americano, como frigoríficos, e moinhos e a retomada de algumas empresas de mineração. (TAVARES, 2000).

6. Lazer e turismo em espaços pós-industriais

Segundo Ströher (2000), em todo o mundo, para espaços industriais desativados passou-se a buscar na atividade turística uma alternativa de valorização e aproveitamento dos espaços, com a criação também de postos de trabalho e espaços de vivências histórico-culturais e ambientais.

Para melhor exemplificar o autor aponta casos na Alemanha, como o Parque *Duiburg*, uma antiga fabrica de aço fechada em 1985, que foi convertida em parque ecológico. E o Parque *Emscher*, uma antiga mina de carvão, fechada na década de 1960, que teve sua área residencial recuperada.

Da mesma forma, outras experiências na França, Portugal, Inglaterra e Estados Unidos, vêm obtendo êxito com a revitalização de antigas áreas industriais, implantando espaços

de moradia, lazer e turismo. Sendo estes exemplos considerados um exercício representativo de regeneração regional através da valorização de temas ecológicos e ambientais, agregando estes à criação de empregos, e à recuperação econômica local, podendo servir de exemplo para outros espaços pós-industriais no mundo. (STRÖHER, 2000).

Entre experiências exitosas, podemos destacar um concurso realizado na Holanda em 2011, para a revitalização de duas de três grandes torres que eram usadas para tratamento de esgoto, sendo que a terceira já estava direcionada ao abrigo de salas comerciais. Localizadas na ilha de Zeeburgereiland, próximo a Amsterdam, e que estão em uma área de expansão imobiliária que abrigará 45 mil pessoas. (TORRES, 2012).

Entre os projetos melhor aceitos, estavam o que transforma as torres em uma parede de escalada e espaço cultural (Figuras 1). E o que as transforma em museu, cinema, teatro e restaurante panorâmico, cobrindo de vegetação a segunda torre, em que se propõe um *playground*, sendo este o projeto vencedor (Figura 2).

Figura 1: Projeto parede de escalada.



Figura 2. Projeto vencedor



Fonte: Projeto da NL Architects (TORRES, 2012).

No Brasil, podemos citar exemplos exitosos como a Estação das Docas, espaço cultural inaugurado em 2000, reaproveitando os antigos armazéns do Porto de Belém do Pará, e um dos principais atrativos turísticos da cidade na atualidade. E com a geração de grande encantamento e atratividade, também podemos indicar os trajetos turísticos ferroviários dos estados do Paraná, e Minas Gerais, e também da cidade de Garibaldi, aqui no Rio Grande do Sul.

Em Porto Alegre a capital do Rio Grande do Sul, encontramos o Espaço Cultural Usina do Gasômetro, antiga usina termoeétrica da cidade, a Casa de Cultura Mário Quintana, que abrigava o antigo Hotel *Majestic* e os Shoppings Total, antiga fábrica da Cervejaria Brahma, e DC, implantado na antiga área das Indústrias Renner.

Como exemplos de espaços pós-industriais que depositam expectativas no turismo como atividade econômica que proporcione um novo período de desenvolvimento, podemos

destacar a área portuária do Cais Mauá em Porto Alegre, atualmente já utilizando alguns dos antigos armazéns para a realização de eventos pontuais. E o projeto de revitalização do “4º distrito” da cidade, antigo bairro industrial, que busca através da valorização de seu patrimônio histórico e arquitetônico, atrair novos empreendimentos e promover a dinamização socioeconômica da região. (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, 2011).

7. As Minas do Camaquã e a construção de um novo caminho

Como testemunha da trajetória de expansão industrial com capital estrangeiro no Brasil, e também de exploração especulativa dos recursos naturais, temos no Rio Grande do Sul, o caso das Minas do Camaquã. Esta, através de concessão cedida pelo Império, teve iniciado o processo de exploração do cobre, ouro e outros minérios em menor grau, no município de Caçapava do Sul em 1870, com a abertura da primeira jazida a “jazida dos ingleses”. Aberta e estruturada com capital inglês da empresa *The Rio Grande Gold Mining Limited*, que funcionou até 1887, sendo posteriormente explorada por uma companhia Belga. (HARRES, 2000)

A partir da década de 1930 com a meta de substituição das importações, o governo passa a promover o processo de industrialização nacional e diversificação produtiva. Porém somente em 1942, é criada a CBC – Companhia Brasileira do Cobre, e esta passa a ser uma das acionárias das Minas do Camaquã, juntamente com o Governo do Estado e a Laminação Nacional de Metais Ltda, de Francisco Pignatari.(HARRES,2000).

Após mais de um século de exploração, diversas trocas de exploradores, e períodos de valorização e desvalorização do cobre a CBC encerra as atividades das Minas do Camaquã, em 1996, alegando o esgotamento do minério de cobre. (HARRES, 2000)

Com seu fechamento, além das estruturas industriais com cavas, ou as popularmente minas, subterrâneas com imensas galerias (Figuras 3) e cavas a céu aberto (Figura 4), é abandonada também a vila com cerca de 700 casas, 11 alojamentos, hospital, farmácia, banco, duas escolas, supermercado, posto de gasolina, cinema (clube e igreja). Vila esta que chegou a ter 5 mil moradores e hoje abriga cerca de 500, na sua maioria antigos funcionários da CBC aposentados. (STRÖHER, 2000)

Os aspectos da exploração do minério estão evidentes por toda a parte e conjuntamente com a vila, constitui um grande “museu a céu aberto”, da história do desenvolvimento industrial brasileiro.

Figura 3. Acesso cava subterrânea.**Figura 4. Cava a céu aberto.**

Fonte: registros da autora (2013)

A comunidade ainda residente e de entorno, direta e indiretamente envolvida com a história das Minas do Camaquã, buscam desde 2007, alternativas no turismo para a revitalização da área industrial, contando com a infraestrutura da vila utilizada pelos mineiros e suas famílias para o receptivo aos turistas. No ano de 2010 iniciou a mobilização para a realização da primeira edição do evento *Minas Fest*, que vem sendo efetuado anualmente (DUARTE, 2011).

Na estrutura da vila durante este período, foram implantados dois hotéis, porém, com pouca oferta de atividades e atrativos locais, visto a precariedade da infraestrutura da vila e carência de investimentos para a recuperação dos espaços industriais como o engenho, e atividades que melhor aproveitem o potencial da cava a céu aberto, bem como, das subterrâneas com segurança para visitantes e prestadores de serviço. Outras estruturas como o antigo Cine Rodeio, e o antigo clube atual CTG – Centro de Tradições Gaúchas, ainda apresentam demandas por manutenção e qualificação de estruturas e serviços, para o seu pleno aproveitamento.

No ano de 2013, a implantação do Minas Outdoor Sports¹, um parque temático de aventura projetado para prática de atividades ao ar livre, educação ambiental, soluções corporativas e pedagógicas, passa a mobilizar a comunidade e a configurar uma nova realidade social e econômica, inclusive em relação a diálogos políticos locais, regionais e estaduais.

Cabe aqui esclarecer que o Minas Outdoor Sports, é um empreendimento privado, implantado a partir da cedência de uso das áreas antes utilizadas pela CBC, através de um comodato entre as empresas. Este comodato é uma autorização legal onde a CBC, empresa proprietária da área onde existem as cavas, autoriza a Minas Outdoor Sports a utilizar comercialmente estas áreas, passando esta a ser responsável legal pela administração e manutenção destes locais.

1

Para conhecer mais, visite: <http://www.minas.rs/>

Com a permissão de uso, iniciou-se a estruturação física necessária para receber os visitantes, bem como o trabalho de qualificação de mão de obra local. Neste processo ocorreu também a sensibilização e mobilização da comunidade para o que estava por acontecer, e muitos moradores locais se envolveram diretamente nas ações de estruturação deste novo polo da atividade turística no estado.

Desta forma, passou-se a ofertar uma infraestrutura completa, com área para camping e pousada para até 30 hóspedes, instalada em antiga estrutura que abrigava a hospedaria central e cozinha das minas (Figura 5). O local também disponibiliza de auditórios com capacidade para até 80 pessoas (Figura 6), e restaurante anexo.

Figura 5. Pousada da Mina.



Figura 6. Auditório da pousada.



Fonte: registros da autora (2013).

Entre as atividades¹ ofertadas estão o arvorismo (Figura 7), caiaque (Figura 8), caminhadas, canoagem, cavalgada, ciclismo, quadriciclo, escalada outdoor, e em rocha rapel, tirolesa, sendo a maior do estado e uma das maiores do Brasil.

Figura 7. Circuito de arvorismo.



Figura 8. Caiaque na Barragem João Dias.



Fonte: registros da autora (2013).

¹ Para ver maior detalhamento de todas as atividades, acesse: <http://www.minas.rs/atividades>

E com grande atratividade, pela valorização dos aspectos histórico culturais e aproveitamento das estruturas das antigas minas, destacamos o *city tour* pela vila, e a visita às minas subterrâneas, e à céu aberto (Figuras 9 e 10), atividades realizadas com o acompanhamento de condutor especializado, e com o uso de equipamentos de segurança apropriado.

Figura 9. Sinalização de acesso às minas.



Figura 10. Visita às minas subterrâneas.



Fonte: registros da autora (2013).

Com estas estruturas e atividades, o Minas *Outdoor Sports*, iniciou suas ações, ofertando ainda treinamentos empresariais com programas motivacionais, educacionais e de desenvolvimento, direcionados a distintos públicos. A empresa também vem apoiando eventos locais e promovendo eventos e campeonatos esportivos. Assim no primeiro ano de funcionamento, de março à dezembro de 2013, recebeu 1.289 visitantes, e de janeiro a março de 2014, já recebeu 517 visitantes. Fluxo este que já instigou a abertura de mais um restaurante e duas lanchonetes, e as duas pousadas existentes já totalizam 121 leitos na comunidade.

Destaca-se que os meses em que ocorreram eventos na comunidade, foram os de maior número de visitantes. Sendo o I Festival Gaúcho de Esportes de Aventura, que ocorreu em novembro, o evento que promoveu o maior fluxo de visitantes.

Na programação deste evento, constavam 12 modalidades esportivas e além da prática amadora das atividades frequentemente ofertadas comercialmente, também ocorreram alguns campeonatos (mountain bike, dow hill), oficinas técnicas, mostras fotográficas e de equipamentos, oficinas e palestras, e a apresentação de várias bandas musicais. Com toda a divulgação realizada e aproveitando dias de um feriado, somente este evento totalizou 379 participantes, oriundos de todo o estado e região sul do Brasil, conforme dados disponibilizados pela empresa Minas Outdoor Sports.

Assim as iniciativas tomadas pelo Minas Outdoor Sports, levaram o empreendimento a ser o ganhador do 1º Prêmio Inovação em Turismo da SETUR – Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, na categoria Ecoturismo (dentro da chave “melhores

práticas em estruturação de produto”) com o projeto: Ecoturismo e Turismo de Aventura como alternativa de fomento e desenvolvimento regional. O projeto foi selecionado entre os 75 melhores, e ganhou dos 3 finalistas de sua categoria.

Vale ressaltar que no Rio Grande do Sul, o segmento de Turismo de Aventura no qual se encaixa o nicho de mercado trabalhado pelo Minas *Outdoor Sports*, iniciou no ano de 1996, no município de Três Coroas, através da estruturação da atividade de *rafting*, em um parque municipal, que posteriormente passou a ofertar outras, passando a ser referência em todo o estado. (BAZOTTI, 2012).

8. Resultados e considerações finais

Como vimos acima, antigos complexos industriais, estações ferroviárias e áreas portuárias, assim como propriedades rurais produtivas e também outras que já não possuem mais produção, mas histórico produtivo relevante, buscam no turismo, uma alternativa de atividade econômica que viabilize a utilização destes espaços e possibilite o resgate de seu histórico e a valorização das comunidades de entorno.

Da mesma forma evidenciamos que na teoria de Urry, quanto ao “velho turismo” e “novo turismo”, estes na prática têm andado juntos quando se trata da transformação do “velho para o novo”. Nos casos citados de espaços industriais, propriedades e comunidades que foram parcial, ou totalmente desativados e abandonados, que buscaram nas atividades de lazer e turismo uma alternativa para o reaproveitamento e ativação destes espaços. O velho e o novo passam a constituir um novo “produto turístico”, de forma a ser ofertado ao mercado consumidor, atendendo também a demanda dos “produtores”, neste caso chamados de “empreendedores”.

No caso das Minas do Camaquã, o que se vê é uma vila surpreendentemente estruturada, que apesar das iniciativas de empreendedores locais, continua aguardando a atenção dos órgãos oficiais e os investimentos necessários, para se tornar um atrativo turístico do RS, e foco de desenvolvimento regional, através da revitalização dos espaços, com uma atividade sustentável que ofereça perspectivas de consolidação ao longo do tempo, aproveitando o que lhe há de sobra como a história, a natureza e a cultura de seu povo.

As atividades de turismo e esportes de aventura implantadas pelo Minas *Outdoor Sports*, vêm confirmar o imenso potencial local para a consolidação das Minas enquanto espaço de contemplação e lazer recreativo e esportivo, mas que também podem se enquadrar enquanto atividades de diferentes segmentos turísticos potencialmente presentes no espaço rural.

Assim sendo, apontamos que o maior conhecimento quanto ao desenvolvimento histórico, econômico e social de espaços a serem trabalhados, se faz essencial para o planejamento e implantação de novas atividades econômicas no espaço rural, e otimização destas também em espaços urbanos, buscando pensá-las de forma a atender com responsabilidade, antigos anseios, expectativas e sonhos. Pois assim como a exploração de muitas destas áreas industriais, teve seu auge e declínio, também a atividade turística pode ser mal sucedida, gerando prejuízos, impactos e frustrações e devemos aprender com os erros e acertos aqui apontados, para a construção das alternativas de desenvolvimento sustentável que buscamos.

REFERÊNCIAS

BAZOTTI, L. S. **Cronologia do turismo de aventura no Rio Grande do Sul**. IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (SeminTUR). Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 2012.

BRASIL, E. F. S. **O conceito de lazer e suas implicações no turismo da pós-modernidade**. Monografia de Graduação do Curso Superior de Turismo, FAMECOS/PUCRS, Orientadora: Mestra Marutschka Martini Moesch, Porto Alegre, 2001.

BRASIL, Ministério do Turismo. *Secretaria de Políticas de Turismo – Conceitos básicos e apoio à comercialização de produtos segmentados/Ministério do Turismo* – Brasília: o Ministério: Florianópolis: SEAD/UFSC, 2009. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília, 2006;

CAMARGO, L. O. **O que é Lazer**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo. Editora Brasilienses. 1992.

CAMPBELL, C. **The romantic ethic and the spirit of modern consumerism**. Oxford, Brasil Blackwell, 1987.

CAVACO, C. Turismo Rural Comunitário (TRC) e Desenvolvimento Local na América Latina – um olhar Europeu. In: SOUZA, M.; ELESBÃO, I. (Org.) **Turismo Rural: iniciativas e inovações**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011. p. 143–213.

DUARTE, V. **Minas do Camaquã: venha conhecer**. Disponível em: <<http://www.visitaminasdocamaqua.com.br>>. Acesso em: 05 de abril de 2014.

FRIEDMANN, G. **O Trabalho em Migalhas**. São Paulo. Editora Perspectivas. 1983.

FUSTER, F. **Teoria y técnica del turismo**. 4 ed. Madrid: Nacional, 1974.

MARCELLINO, N. C. **Estudos de Lazer: Uma introdução**. Campinas. Autores Associados. 2000.

DUARTE, V. **Minas do Camaquã: venha conhecer**. Disponível em: <<http://www.visitaminasdocamaqua.com.br>>. Acesso em: 05 de abril de 2014.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HARRES, M. M. Minas do Camaquã (Caçapava do Sul): a exploração do cobre no Rio Grande do Sul. In: RONCHI, L.H. & LOBATO, A.O.C. (org). **Minas do Camaquã: um estudo multidisciplinar**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2000. p. 21-52.

OECOCIDADES, disponível em: <<http://www.oecocidades.com.br>>. Acesso em: 06 de abril de 2011.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. Revitalização do 4º Distrito atrai desenvolvimento econômico (2011). Disponível em: http://www2.portoalegre.rs.gov.br/spm/default.php?p_noticia=144183&REVITALIZACAO+DO+4O+DISTRITO+ATRAI+DESENVOLVIMENTO+ECONO%2%80%A6%201/1> Acesso em: 05 de abril de 2014.

SCHNEIDER, S. **A pluriatividade na agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

STEIL, C. A. O turismo como objeto de estudos no campo das ciências sociais. In: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim Anécio; VIANA, A. L. B.(orgs.). **Turismo Rural: Tendências e Sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul:EDUNISC, 2002. p.51-80.

STRÖHER, E. R. 2000. Vila Minas do Camaquã: uma visão da arquitetura. In: RONCHI, L.H. & LOBATO, A.O.C. (org). **Minas do Camaquã: um estudo multidisciplinar**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2000. p. 55-68.

TAVARES, M.C. Império, território e dinheiro. In: FIORI, J. L. (org) **Estados e moedas no desenvolvimento das nações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

TORRES, E. **Arquitectura: Edifícios Escalables** (2012). Disponível em: <<http://comunidad.vive1.com/profiles/blogs/arquitectura-edificio-escalable>>. Acesso em: 21 de abril de 2014.

URRY, J. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo. Studio Nobel & SESC, 1996.

VEBLEN, T. **The theory of the leisure class**. New York, Dover Publications, 1994.

YIN, R.K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZIMMERMANN, A. **Turismo rural; um modelo brasileiro**. Florianópolis: Ed. Do Autor, 1996.

Estudo de viabilidade de implantação de uma empresa de intercâmbio receptivo na cidade de Parnaíba, Piauí, Brasil

Mayara Maia Ibiapina¹

Thaís Mayara Paes Lima²

Nayane Veras Machado³

Raiza dos Santos Sousa⁴

Ricardo Gomes Ramos⁵

Resumo

O presente trabalho, resultado de um seminário avaliativo da disciplina de Gestão de Agências de Viagens e Operadoras (Bacharelado em Turismo – UFPI/CMRV), tem por objetivo investigar o mercado para o turismo de intercâmbio na cidade de Parnaíba (Piauí, Brasil). Considerando o viés receptivo da proposta, foram observados aspectos de hospitalidade junto à população parnaibana (gentílico de Parnaíba), incluindo-se aí percepções acerca do turismo na cidade. Os resultados apontam possibilidades favoráveis a esse nicho, considerando algumas peculiaridades da região, tais como o entorno, com existência de atrativos naturais e a possibilidade de inserção de atividades de educação ambiental junto a ONG's, no processo de aprendizado do idioma português.

PALAVRAS CHAVE: Turismo de intercâmbio, Parnaíba, turismo receptivo, hospitalidade, Piauí.

1 Acadêmica do Bacharelado em Turismo (UFPI / CMRV). E-mail: myaramaia@hotmail.com

2 Acadêmica do Bacharelado em Turismo (UFPI / CMRV). E-mail: thaismayarasrn@gmail.com

3 Acadêmica do Bacharelado em Turismo (UFPI / CMRV). E-mail: nayane_fa@hotmail.com

4 Acadêmica do Bacharelado em Turismo (UFPI / CMRV). E-mail: raizastacy@hotmail.com

5 Bacharel em Turismo (UEPG/PR). Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA/TROPEN/UFPI). Professor Assistente e integrante do Grupo de Pesquisa e Estudos Interdisciplinares no Turismo (UFPI / CMRV). E-mail: ricardo0219@hotmail.com

REFERENCIAL TEÓRICO

O setor turístico contemporâneo é extremamente amplo quando analisado de forma segmentada. Inúmeras são as formas de turismo existentes, atendendo as mais diversas configurações de grupos de viajantes em busca de distintas atividades em ambientes urbanos ou rurais. Sendo assim, uma das formas mais comuns em se compreender os fluxos turísticos mundiais é o entendimento da motivação geradora do deslocamento. (PANOSSO NETTO et.al. 2009; SWARBROOKE et.al. 2002).

Para Engel, Blackwell e Miniard *apud* Cohen et.al. (2013, p.1) os fluxos turísticos dizem respeito a todas as atividades diretamente envolvidas na obtenção, consumo e disponibilidade de produtos e serviços, incluindo os processos de decisão que precedem tais ações.

Nesse sentido, é salutar compreender que, a existência de equipamentos, comunicação para o turismo e atrativos em ótimas condições devem ser o padrão esperado nas localidades receptoras, por saber que uma hospitalidade que faça com que o turista se sinta realmente bem vindo a uma determinada localidade depende da qualidade de vida dos moradores locais, os anfitriões, e esta por sua vez está intrinsecamente relacionada às percepções que essas pessoas têm a respeito dos impactos da atividade. (AIRES et.al., 2010, p.41)

Apesar de comumente relacionado ao lazer, o turismo abarca possibilidades de estudos e negócios, significando que os deslocamentos podem agregar, junto ao visitante, habilidades e competências necessárias à atuação profissional, como o aprendizado de um idioma, participação num congresso, visita a uma feira de negócios, dentre outros.

Tratando especificamente das atividades turísticas relacionadas a algum processo do ensino-aprendizagem, é correto afirmar que a aquisição de conhecimento é intrínseca a atividade turística, pois pessoas ou grupos, ao deslocarem-se para localidades distintas a de sua residência, entram em contato com novas representações socioculturais, agregando uma percepção diferenciada àquela observada em sua origem. Remetendo-se a história evolutiva do turismo, especialmente a partir do século XVIII, nota-se a busca pelo conhecimento enquanto fator propulsor da atividade turística, por meio dos *grand tours*, viagens que tinham por objetivo a complementação dos estudos da alta burguesia europeia. (REJOWSKI, 2002)

Considerando que os jovens realizadores do *grand tour* possuíam contato com outras localidades, o resultado dessas trocas pode ser entendido como intercâmbio cultural, já que elementos como gastronomia, arquitetura, idioma/sotaque, dentre outros componentes da essência cultural de uma localidade acabam sendo absorvidos de forma proporcional ao período de

permanência na localidade visitada, como observado por Sanches et.al. (2006, p. 230):

O contato direto com o território permite alcançar um maior conhecimento do mesmo, que por consequência permeia o ato educativo ao convidar à análise do local com vistas ao desenvolvimento da consciência espacial do entorno

Nos dias de hoje, as atividades de troca cultural originadas pelas atividades turístico-educacionais configuram-se, dentre outros, em programas de viagem ao exterior, podendo incluir uma combinação de estudo e trabalho. Numa perspectiva mercadológica, tais atividades dialogam com o turismo de intercâmbio, caracterizado por deslocamentos de duração variável de até 12 meses. Conceitualmente, o segmento do turismo de intercâmbio, constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional (BRASIL, 2010, p. 15).

Considerando as inúmeras possibilidades proporcionadas pelas atividades turísticas atreladas à aprendizagem, Milan (2007, p. 23) sinaliza que, quanto maior o número e a qualidade de relações que o aprendiz puder realizar, melhor e mais rica será a sua aprendizagem, pois a aprendizagem é mais rápida e duradoura se for agradável e satisfatória em si mesma.

Uma pesquisa realizada pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Tecnologia) aponta que existem no mundo cerca de 2,7 milhões de estudantes matriculados em escolas localizadas em países distintos ao de suas origens e, numa projeção de futuro, há uma estimativa de crescimento desse fluxo em 280% até o ano de 2025, representando a pujança desse segmento para o turismo mundial. (UNESCO, 2009)

De acordo com dados do Ministério do Turismo Brasileiro (2010), dentre as colaborações do segmento, está a busca pela redução da sazonalidade, ao considerar que esse tipo de turista possui um tempo de permanência superior ao turista convencional, como observado:

O turismo de Estudos e Intercâmbio deve ser tratado de forma relevante para o Brasil, servindo de solução para os períodos de baixo fluxo turístico. À medida que são capazes de atrair estudantes durante todo o ano, os programas educacionais podem representar uma estratégia para regiões que não dispõem de atrativos turísticos significativos. (BRASIL, 2010, p. 11)

No mercado de intercâmbio emissor brasileiro, o grupo de consumidores é composto especialmente por estudantes de segundo e terceiro grau que buscam aprender uma língua estrangeira e os programas são desenvolvidos e oferecidos das mais diversas formas e pelas

mais diversas empresas (BRASIL, 2010, p. 15).

Tomazzoni e Oliveira (2013) destacam que o Brasil é um dos maiores emissores de turistas desse segmento, tendo enviado aproximados 220.000 estudantes, no ano de 2012, a participar de diferentes modalidades de estudo no exterior. Por outro lado, o mercado receptivo de intercambistas no Brasil é bastante tímido e existe basicamente por programas desenvolvidos por instituições como o Rotary Club International e a AFS International.

Além da colaboração ao elemento sazonal característico do turismo, o turismo de intercâmbio pode alavancar as relações sociais, ao considerar que o estrangeiro participante desse tipo de programa possui, dentre suas motivações, a inserção no dia-a-dia da comunidade. Por esse motivo, Fogaça e Rosa (2013) defendem que o bem estar do estrangeiro está diretamente relacionado à forma de sua receptividade, justificando então a importância das relações sociais nos processos de captação de indivíduos de nacionalidade distinta à visitada. Nesse mesmo contexto, Schmidt (2006, p. 63) afirma que, dois grandes movimentos humanos permanecem até os nossos dias. O interno, com o deslocamento regional de pessoas migrantes. O externo, com a entrada de grupos vindos de países de todo o mundo. Ambos fazem com que haja atualização de processos sociais, incorporando valores e técnicas.

A partir da análise de Mariutti e Giraldi (2012), que trata da imagem positiva do Brasil no âmbito internacional, incluindo-se aí aspectos de hospitalidade e bem receber, nota-se que o segmento do turismo de intercâmbio é uma latente possibilidade de incrementar os fluxos turísticos internacionais no Brasil. Sendo assim, acredita-se que a cidade de Parnaíba, localizada na região litorânea do estado do Piauí (Brasil), possui atributos suficientemente interessantes para incluir em sua oferta o turismo de intercâmbio, como apontado por Cunha (2005, p. 86):

Muitos são os atrativos turísticos naturais. A praia de Pedra do Sal e a Lagoa do Portinho são os pontos mais frequentados pelos visitantes (...) a cidade possui rios, o mais importante deles é o Igarapu, que forma um dos braços que compõe o Delta do Parnaíba. À sua margem está o Porto das Barcas, hoje patrimônio arquitetônico de Parnaíba. No começo do século XX ele funcionou como centro de exportação de carne de charque e da carnaúba. Atualmente seus armazéns transformaram-se em museus e espaços culturais. Nesses espaços acontecem shows musicais e exposições artísticas. Também alguns armazéns foram adaptados e deram lugar a restaurantes que oferecem o que a terra tem de melhor – frutos do mar. Quem desejar outros pratos pode contar com o carneiro, o caranguejo, carne de sol e outras especialidades, tipicamente piauienses.

Nota-se que, além da oferta de atrativos, a cidade possui uma essência cultural representada

por sua gastronomia e atividades artísticas, fatores que certamente enriquecem a experiência de um estrangeiro enquanto na cidade, ao considerar que manifestações culturais diversas, como a dança, música, vestimentas, traços arquitetônicos nas construções, práticas religiosas, hábitos alimentares, expressões de fala (língua), dentre outros modos de ser, pensar e viver, passaram a fazer parte das expressões existentes (GADINI, et.al. 2007, p. 133)

Destaca-se ainda que, a riqueza ambiental da região de Parnaíba propiciou a implantação de diversas Organizações Não Governamentais (ONG's), que desenvolvem trabalhos como a proteção da vida marinha e o empoderamento social, os quais poderão envolver intercambistas e, conseqüentemente colaborar com a aprendizagem do idioma português por meio das interações sociais.

Contudo, atrativos não são suficientes para a solidificação de um segmento turístico em uma determinada localidade. Por esse motivo, compreender as possibilidades de inserção do turismo de intercâmbio à realidade parnaibana demanda estudos diversos, dentre os quais o de mercado, ao considerar a lógica na gestão de empresas e serviços que tem como premissa originar negócios com riscos minimizados a partir da análise de atributos intrínsecos ao seu funcionamento, contextualizado à realidade local.

Na ótica desenvolvimentista do turismo, é importante considerar a percepção de autóctones quanto à implantação de uma nova atividade, uma vez que, para Ignarra (2003, p.179):

Às vezes as diferenças na aparência física e no comportamento cultural entre turistas estrangeiros e autóctones são tão grandes que chegam a criar preconceitos e antipatia. O problema é exacerbado porque os turistas são, por definição, estranhos no destino. Seus códigos de vestimenta e seus padrões de comportamento são diferentes dos adotados pelos residentes.

Schmidt (2006, p. 57) afirma que a presença de “estranhos” redefine as formas de relações sociais criando redes diferenciadas – locais, nacionais e transnacionais – e alterando os aspectos da cotidianidade. No novo contexto, são criadas relações com a comunidade local, mas também são articuladas novas formas de contato com a comunidade de origem.

Destaca-se então que uma boa relação entre visitante e visitado é, acima de tudo, resultado do exercício da hospitalidade, compreendida pelo ato do bem receber e, por conseqüência um fenômeno onde se inserem as atitudes por parte da população local, motivadas pela compreensão das benesses oriundas de fluxos de visitantes em sua terra natal (CAMARGO, 2004).

2. OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO

Analisar a viabilidade de implantação de uma empresa de turismo receptivo voltada ao intercâmbio cultural em Parnaíba (Piauí – Brasil) por meio do viés da hospitalidade e inserção de atividades de voluntariado junto às Organizações Não Governamentais presentes na cidade, considerando sua conjuntura geográfica e oferta turística relacionada a atividades do turismo cultural e turismo em áreas naturais.

3. METODOLOGIA

A fim de se verificar a viabilidade de implantação de uma empresa de intercâmbio na cidade de Parnaíba, foram elaborados questionários estruturados de caráter qualitativo, com aplicação na maior escola da cidade de Parnaíba a fim de se verificar o interesse de recebimento de estudantes estrangeiros, bem como a receptividade de um grupo de pais de alunos parnaibanos matriculados entre os 1º e 3º anos do ensino médio a fim de se compreender o volume de interessados em receber estudantes estrangeiros em suas residências.

Tratando do grau de receptividade do cidadão parnaibano para com estrangeiros, foi realizada pesquisa de caráter quantitativa, a fim de se compreender as relações de hospitalidade e bem receber, assim como os elementos característicos da cultura parnaibana, com amostra definida em 0,1% da população da localidade que, em conformidade aos dados apresentados pelo Censo 2010 (de responsabilidade do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) possui 145.729 habitantes.

Considerando a possibilidade de inserir atividades complementares aos programas de educação para estrangeiros, foi realizada entrevista com base em formulário semiestruturado junto às principais Organizações não governamentais existentes na cidade, cujo foco centra-se em atividades voltadas à sustentabilidade, a fim de verificar o interesse na inserção de estudantes estrangeiros em atividades diversas, tais como o monitoramento e soltura de tartarugas marinhas e atividades de educação ambiental.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De acordo com os dados coletados, foi observado um grau de resistência no que tange a pré-disposição de recebimento de estrangeiros em casas das famílias investigadas, justificada pelo desconhecimento das atividades intercambistas. Contudo, detectou-se, especificamente na comunidade da Pedra do Sal, uma possibilidade de acolhimento de estrangeiros pelo modelo da hospedagem domiciliar, junto às residências de pescadores artesanais, já que essa vem sendo uma tendência à diversificação de oferta de leitos na cidade de Parnaíba.

Em relação a inserção de estrangeiros no espaço escolar, a investigada, apesar de alegar

dificuldades, devido à faixa etária distinta a média observada nos 1º, 2º e 3º anos do ensino médio, bem como a necessidade de encontros intensivos como forma de acelerar o aprendizado do idioma português, demonstrou abertura para liberação dos professores responsáveis pela disciplina de língua portuguesa para ministrar cursos de aprendizado do referido idioma, contanto que os encontros aconteçam em horários distintos aos desempenhados na escola em questão.

No que tange à receptividade do cidadão parnaibano para com estrangeiros, destaca-se, inicialmente que a maioria dos entrevistados (53%), apesar de não nascidos em Parnaíba, residem na cidade há pelo menos 10 anos, significando uma percepção sólida dos aspectos turísticos e culturais da cidade. Da mesma forma, 60% dos entrevistados consideram Parnaíba uma cidade turística e, dentre as citações referentes ao atrativo que melhor representa a cidade, o “Delta do Parnaíba” aparece em primeiro lugar (citado por 46% dos respondentes). O atrativo “praias em geral”, assim como o “patrimônio histórico edificado”, foram igualmente lembrados representando, cada um deles, 23% das respostas. Numa proporção menor, aparecem ainda “manifestações culturais”, “artesanato” e “gastronomia”, com 5%, 2% e 1% respectivamente.

Tratando da receptividade, 71% dos entrevistados consideram o parnaibano um povo hospitaleiro e, destes, 53% afirmam já ter auxiliado algum turista na cidade. Em relação a composição dos fluxos que vêm a cidade, 60% acreditam ser de cidadãos nordestinos, seguidos por 25% de cidadãos de outras regiões do país e 15% de cidadãos estrangeiros, ao ponto que, apenas 13% acreditam que a cidade está preparada para receber turistas oriundos de países distintos ao Brasil.

Na relação entre turismo e atividades de intercâmbio, 68% dos entrevistados consideram essas atividades de caráter turístico. Quando questionados sobre a relação entre cidadãos e estrangeiros, 95% afirmam que a interação entre visitante e visitado se daria de forma satisfatória; contudo 53% afirma que a cidade não está preparada para receber estrangeiros, devido, principalmente, a falta de falantes de um idioma distinto ao português.

Em relação às ONG's, duas das investigadas oportunizaram a aplicação da entrevista. A ONG “A” (cujo trabalho é realizado em torno da conservação das tartarugas marinhas, já que a região é uma área prioritária de espécies ameaçadas de extinção) demonstrou interesse em receber estudantes estrangeiros para a realização de atividades como: contribuir com apoio logístico durante soltura de ninhos de tartarugas marinhas, auxiliar no monitoramento ambiental de áreas prioritárias de desova, auxiliar nas atividades de educação ambiental, afirmando que a proposta de atividades de intercâmbio em Parnaíba teria como principal resultado a visibilidade da cidade e do projeto, além da importância

da troca de visões acerca da conservação ambiental.

A ONG “B” (que trabalha em prol ao desenvolvimento local e sustentável das comunidades, buscando a diminuição das diferenças sociais) também se mostrou muito interessada em receber estudantes estrangeiros, porém destaca necessidade em planejar melhor as atividades passíveis de execução pelos estrangeiros, de forma a aproveitar suas habilidades específicas. Ao tratar a proposta do turismo de intercâmbio na cidade, afirma que essa pode ser muito importante para somar forças pelo desenvolvimento local além de ser muito importante para a formação desses estudantes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa demonstra que, apesar das dificuldades apresentadas em diferentes aspectos, seja pela não inserção de estrangeiros no ensino médio regular de Parnaíba, bem como na resistência em receber turistas por parte das famílias investigadas, foram observadas alternativas plausíveis de recepção de estrangeiros com o intuito de aprender o idioma português sem prejudicar a relação entre os atores.

Da mesma forma, mesmo Parnaíba sendo considerada, pelos residentes, uma localidade com dificuldade na comunicação com o estrangeiro, fica notável o senso de hospitalidade e o reconhecimento do intercambista enquanto turista. Além do mais, o fato da grande maioria de sua população não comunicar-se em outro idioma, pode ser considerado um aspecto positivo, já que estimulará a comunicação do estrangeiro no idioma português, motivo principal de sua vinda à cidade.

No que tange às atividades complementares ao estudo, o ambiente natural é o mais lembrado pelos entrevistados e, coincidentemente é o meio onde as atividades desempenhadas pelas ONG’s estão situadas, as quais demonstram interesse em absorver os estrangeiros enquanto colaboradores nas atividades desempenhadas.

Por fim, considera-se a necessidade no aprofundamento de estudos de caráter mercadológico, a fim de apontar possíveis emissores para a proposta aqui apresentada; porém, a implantação de uma empresa de intercâmbio receptivo em Parnaíba, em conformidade aos aspectos investigados, demonstra uma latente oportunidade ao incremento dos fluxos para a cidade.

BIBLIOGRAFIA

AIRES, Jussara Danielle Martins; PEQUENO, Edilene Adelino; FORTES, Lore (2010). “A relação entre turistas, estrangeiros e residentes: o caso de Ponta Negra - Natal/RN” em: Revista Hospitalidade. São Paulo, v. 2 n. 2, p. 38-51

BRASIL. Ministério do Turismo. (2010) Turismo de Estudos e Intercâmbio: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2.ed. Brasília, Ministério do Turismo

CAMARGO, Luís Otávio Lima (2004). Hospitalidade (coleção ABC do Turismo). São Paulo, Aleph

COHEN, Scott; PRAYAG, Girish; MOITAL, Miguel (2013). “Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities” em: Current Issues in Tourism. Londres, v.17, p 1 - 38

CUNHA, Raimundo (2005). Guia do Piauí cultural e turístico. Teresina, Editora Gráfica Piauí

FOGAÇA, Isabela Fátima; ROSA, Lélío Galdino (2013) “Hospitalidade e a transversalidade das migrações” em: Revista Iberoamericana de Turismo. Penedo, v. 3, n. 1, p. 113 – 122

GADINI, Sérgio Luís; ASSUMPÇÃO, Zeneida Alves (2007) “A cultura ucraniana na radiodifusão paranaense: folclore e expressão midiática da cultura dos grupos étnicos”. em: Revista Signos. Lajeado, v.25, n 1. p. 29-43.

IGNARRA, Luiz Renato (2003). Fundamentos do turismo. 2.ed. São Paulo, Cengage Learning Editores

MARIUTTI, Fabiana Gondin; GIRALDI, Janaína de Moura Engracia. (2012) “Análise da imagem do Brasil por meio do Anholt Nation Branding Index”, em: Turismo: Visão e Ação. Balneário Camboriú, v. 14, n. 1, p. 67–81

MILAN, Priscila Loro (2007) “Viajar para aprender: turismo pedagógico na região dos Campos Gerais – PR” (dissertação) Mestrado em Turismo e Hotelaria. Balneário Camboriú, Univali

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (2009). Segmen-

tação do mercado turístico. São Paulo, Manole

REJOWSKI, Miriam (2002) Turismo no percurso do tempo. São Paulo, Aleph

SANCHES, Ana Grizelda Pérez.; PIZZINATO, Liliana Angélica Rodríguez (2006). “La salida de campo: una manera de enseñar y aprender geografía”, em: Geoenseñanza”. Caracas, v.11, n. 2, p. 229 – 234.

SCHMIDT, Cristina (2006). “A comunicação dos migrantes: fluxos midiáticos, contrafluxos folkcomunicaçãois”. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; DOURADO, Jacqueline Lima (orgs.). Teresina: Halley,. p. 56-65

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan (2002). O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo, Aleph

TOMAZZONI, Edegar Luís; OLIVEIRA, Caroline Cunha (2013) “Turismo de intercâmbio: perfis dos intercambistas, motivações e contribuições da experiência internacional”, em: Turismo Visão e Ação. Balneário Camboriú, v. 15, n. 3, p. 388 – 408

UNESCO. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2009). Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution - A Report Prepared for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education. Paris, SIDA/SAREC

Visualización de datos del inventario turístico: Cuenca y Santa Barbara, de la provincia del Azuay, Ecuador

Patricio Castro P. M.B.A.,

Mónica Castro Pacheco MsC

RESUMEN

El conocimiento y la oportuna disponibilidad de información actualizada, son la base para la planificación del desarrollo turístico, por lo que al inventario se le conceptúa como una herramienta fundamental, que debe englobar el registro y la evaluación de los elementos del patrimonio turpístico (PT), que se lo define como; "...el sistema de recursos conformado por todo aquello que sirve de base para la práctica de las actividades turísticas". (que al ensamblar a los campos visuales (data visualization) creados por gráficos de computadora genera destrezas, que se refieren a la más avanzada utilización tecnológica, permitiendo una interpretación sensorial, mediante la representación, el modelado y la percepción de elementos sólidos, grandes superficies, propiedades y animaciones en 2 y 3 D.

Las aplicaciones informáticas, como las bases de datos, procesadores de gráficos y palabras, etc.; no han sido efectivamente aplicados en su totalidad a la actividad del método de planificación del PT, de manera particular al sistema de inventarios de atractivos y productos turísticos (SIPROTUR), por lo que no existe mayor información para comparar y validar de manera documentada; de esta forma, la propuesta de la visualización de datos es un modelo de experimentación, en su forma de gestión en el ordenamiento de los recursos naturales y culturales.

Palabras clave: Inventario, Patrimonio turístico, Campos visuales (Data visualization), Sistema de Inventarios de atractivos y productos turísticos

MARCO TEÓRICO

a) **Conceptualización del turismo**

Durante la década de los setenta, se implantó en el Ecuador la metodología del Inventario Turístico de la OEA. La elaboración de los inventarios turísticos ha sido una actividad institucional, que la comenzó la Dirección Nacional de Turismo, DITURIS que inició esta labor en 1.975 . Posterior, el Ministerio de Turismo (MINTUR), ha realizado parcialmente la actualización del inventario a nivel nacional, con escasos resultados, tanto operativos como de generación de datos.

Se debe plantear como premisa, que a la actividad turística se lo debe conceptualizar como un sistema de mercado, en el que, sus componentes, demanda y oferta, establecen relaciones de intercambio y consumo caracterizadas por un alto grado de dinamismo y mutación, que requieren ser monitoreados permanentemente

Un análisis funcional de los sistemas turísticos nacionales, evidencia los desbalances regionales, en cuanto a la distribución de visitantes, condicionados por los puertos de entrada internacional (capitales y principales ciudades) y por los destinos preferenciados de áreas de playa y por los centros culturales de un país.

El comportamiento del componente de turismo receptivo, también experimenta notorias variaciones, especialmente en lo referente a la motivación y a las preferencias de consumo. En el cambiante mundo del turismo, las tendencias que determinan las expectativas de los consumidores líderes, se reflejan en el surgimiento de nuevas e insospechadas áreas turísticas.

b) **Conceptos de visualización de datos.**

El origen de los campos visuales se encuentra en los primeros días en que los gráficos de computadora fueron generados en la década de 1950. Un impulso significativo fue la aparición, en 1987, de la Fundación Nacional Científica (NSF), la cual en su informe “Visualización de Computación Científica”, editado por Bruce H. McCormick, Thomas A. DeFanti y Maxine D. Brown, destaca la necesidad de una nueva técnica de visualización, que contemple la utilización de la computación.

La visualización de datos es una disciplina transversal que utiliza el inmenso poder de comunicación de las imágenes para explicar de manera comprensible las relaciones de significado, causa y dependencia que se pueden encontrar entre las grandes masas abstractas de información que generan los procesos científicos y sociales.

En el campo del turismo no ha sido del todo explorado al no existir mayores aplicaciones, de esta forma se convierte en una experimentación dentro de la planificación y gestión turística, debido a que su forma y el ordenamiento de los atractivos naturales y culturales; donde son aplicados con la idea de poder determinar sus posibles usos.

Parte estructural de la problemática que se presentan en este tipo de acciones de planificación espacial, se manifiestan en el levantamiento de la información de una determinada región, zona, área o lugar; ésta no se la realiza de manera íntegra y distribuida, ya que no se consideran un conjunto de propuestas y acciones que se deben realizar mediante el análisis de la situación actual y presente, en base al soporte de su oferta y demanda, que sirva de base para la configuración de los destinos turísticos receptivos de calidad.

Puntualizando otros aspectos críticos de los procedimientos de inventario turístico que actualmente aplican los diferentes promotores institucionales, se mencionan:

- i. Soportes de información (tabulaciones y/o Cartografía): registran los sitios y/o atractivos como elementos aislados. No hay en su elaboración una preocupación básica por la posible explotación económica del recurso. La masa de información producida, se representa mediante datos estáticos. No se establecen los posibles flujos de la información creada, ni otros usuarios probables, más que, los propios promotores del estudio.
- ii. Siendo función de un inventario, prestar información para incorporar recursos a la economía, no consideran su conexión espacial con otros recursos, con todas sus implicaciones: No se puede aprovechar un atractivo dado, sin antes, considerar los elementos que están asociados al mismo. Por tanto, un inventario turístico, debe trascender del simple levantamiento de información de los atractivos turísticos, hacia la identificación y localización de otros elementos existentes y/o los que se requerirán para el uso turístico efectivo, del sitio, ejemplo: planta turística, infraestructura, facilidades, etc.
- iii. La “valoración” por Jerarquías que se utilizan en los inventarios analizados, no es suficiente para transformarlos en datos que permitan determinar el valor económico. Pues para ello hay que considerar los conocimientos tecnológicos (en este caso las características de la operación turística) existentes y sus posibles alternativas de uso en la explotación de los recursos.

- iv. La escasa elaboración de Productos Turísticos que sean utilizados por los actores del Sistema (públicos y o privados) para su gestión integral en el manejo, elaboración, monitoreo y control de los destinos finales de uso turístico y recreativo; que sean considerados y a la vez analizados en el Desarrollo Turístico Sustentable (generación de empleo, respeto al medio ambiente y respeto a la cultura local).



Ilustración 1: Modelo de Infografía

OBJETIVOS

a) OBJETIVO GENERAL

Realizar y generar una base de datos estructural, que apoye a la gestión adecuada de los atractivos turísticos, de acuerdo a la optimización de datos estadísticos, georeferenciación, mapificación y valorización de los mismos, para determinar los de mayor valor en el mercado turístico.

b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mediante la utilización del color, formas y contenidos dar la posibilidad de mirar dichos datos de varias formas diferentes.

- Establecer una participación interactiva mediante el futuro visitante y el contenido de los Atractivos Turísticos.
- El fortalecimiento local y el posicionamiento global de destinos, rutas, circuitos, servicios turísticos y actividades complementarias de la provincia del Azuay.

1. METODOLOGÍA

Se establece que el análisis y el estudio de varias ciencias que separadas no aportan mayor argumento de estudio; pero que al unirlas generan sinergia, capaz de presentar una nueva área de investigación, como son la utilización de geografía aplicada (georeferenciación), utilización del sistema global de navegación por satélite (GNSS), sistemas de información y planificación turística.

Por lo tanto conviene preguntarse: ¿Qué es un Inventario de Atractivos Turísticos (IAT)? En general se define como la presentación, por medio de registros adecuados, de la existencia de ciertos recursos; tanto en forma cualitativa, como cuantitativa y en grados variables de precisión y escala. En turismo, el producto que se comercializa está constituido por el conjunto de servicios que demanda una persona, al salir de su residencia habitual, interesada en conocer otro/s lugar/es (geografía y costumbres).

De ahí la crítica al enfoque clásico de IAT, que parte únicamente del objetivo de registrar un conjunto desarticulado de lugares con opción a ser visitados; es decir, un catálogo que considera únicamente la primera parte de la premisa expresada en el párrafo anterior. Esta observación al procedimiento, deja entrever que, para un tratamiento más riguroso de los lugares con interés turístico, el punto de partida más adecuado podría ser el de la Demanda Turística, puesto que situarse en dicha perspectiva, conlleva grandes ventajas frente a la gestión integral del producto turístico.

a) Guía Metodológica para la aplicación del I.T.A.

La investigación del Inventario, entendido como la presentación de manifestaciones culturales y de recursos naturales, mediante sistemas relacionales cualitativos, cuantitativos y gráficos, debe trascender de un simple tratamiento, hacia la identificación y localización de otros elementos, que se requiere para garantizar el uso turístico efectivo del sitio. La valoración convencional por jerarquías que utilizan los inventarios tradicionales, no es suficiente para obtener datos que permitan determinar el valor económico del PT con un enfoque objetivo de mercado. Con los avances tecnológicos; especialmente en el campo de la informática, se amplían las posibilidades de registro y análisis de los flujos de información que alimentan el catálogo, además de propiciar la diversificación de usuarios y servicios.

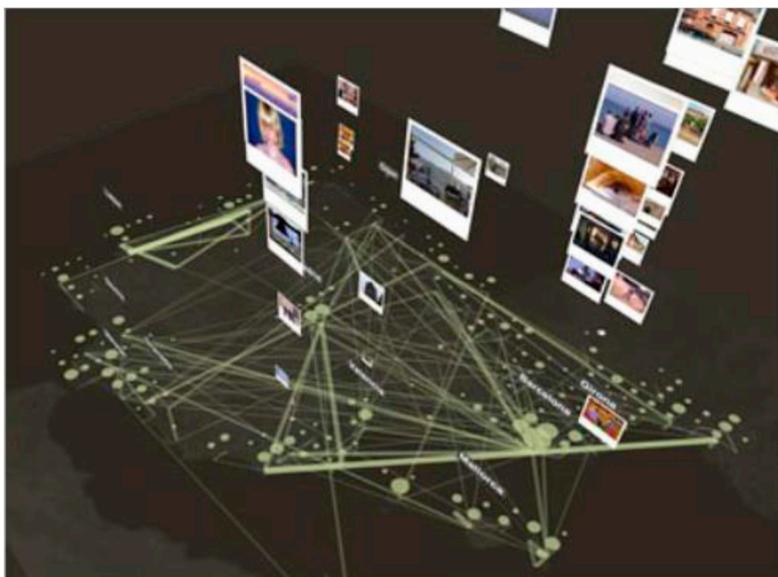


Ilustración 3: Los ojos del mundo

c) Desarrollo del software

Se realizaron las siguientes acciones para lograr que el software funcione:

ActionScript: es el lenguaje de programación para el entorno de tiempo de ejecución de Adobe Flash Player. Impulsa la interactividad y la gestión de datos en el contenido y las aplicaciones de Flash. La versión actual de este lenguaje es el 3.0, la cual ofrece un modelo de programación robusto que potencializa la programación orientada a objetos. El inventario turístico contiene a más de la información de cada sitio sus coordenadas geográficas que permite ubicar el atractivo en un mapa georeferenciado. Los mapas y atractivos así descritos pueden procesarse mediante un sistema de información geográfico no así con Adobe Flash. Para el uso de los mapas en Flash se ha procesado la información geográfica con el software ArcGIS y se han generado mapas acordes al territorio que abarca el presente trabajo, el formato de los mapas generados es PNG (Portable Network Graphics), las coordenadas de los atractivos turísticos han sido procesadas y trasladadas a los nuevos mapas generados.

La información textual original del inventario está en Access, formato que no puede ser leído directamente en Adobe Flash, debido a esto se ha migrado la información original a XML que es una tecnología estándar para el intercambio de información estructurada entre diferentes plataformas y permite la compatibilidad entre sistemas para compartir la información de una manera segura, fiable y fácil.

Los documentos XML generados además de la información de Access han sido complementados con la información de referencia fotográfica de cada sitio proveniente originalmente de Excel, obteniéndose un documento XML por cada mapa: turismo.xml (para mapa del Azuay) y turismocuenca.xml (para mapa de Cuenca), con información turística de cada sitio, sus coordenadas en el mapa de flash y las referencias a las fotografías existentes. Por cada sitio pueden existir 1 o más fotografías en formato jpg (Joint Photographic Experts Group), todas las imágenes están guardadas en una carpeta denominada imágenes.

3D en ActionScript: La principal diferencia entre un objeto bidimensional (2D) y otro tridimensional (3D) proyectado en una pantalla bidimensional es la adición de una tercera dimensión en el objeto, permitiendo que el objeto se acerque y se aleje del punto de vista del usuario.

Animación Flash: La animación flash está estructurada con un archivo flash (animacion fla) y varias clases actionscript almacenadas en archivos .as,

Procesamiento de datos: El origen de datos para cada mapa que visualizan la información turística es un archivo XML que consolida la información de 3 fuentes:

- i. Base de datos Access que contiene la información temática de los atractivos turísticos.
- ii. Mapas del Azuay y de Cuenca con los atractivos georeferenciados.
- iii. Archivo Excel con información de los archivos de las fotografías de cada atractivo.

Para migrar la información de la base de datos de Access, se realizaron consultas en lenguaje SQL de cada tabla, con la información relevante de cada una, por lo que se exportaron sus datos a archivos XML. Cada archivo XML, hace referencia a los atractivos mediante el Código del atractivo, que es el mismo en el Sistema de Información Geográfico y en el archivo de fotografías.

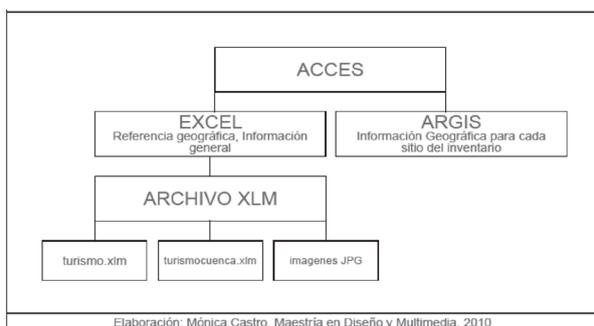


Ilustración 4: Diagrama del Sistema de Visualización

Código Fuente: El documento principal de la animación Flash es el archivo animación.fla, archivo de Flash CS4, con programación ActionScript 3.0. Este documento contiene dentro de su biblioteca, todos los elementos necesarios para ser incluidos dentro de la animación. Su programación está en 2 fotogramas; en el primero se despliega el indicador de precarga de la película; y, en el segundo fotograma se encuentra el código fuente correspondiente al despliegue del menú inicial y de las 3 opciones de este menú.

Los elementos de la biblioteca incluidos en este documento comprenden los botones del menú de información, botones del menú principal, imágenes de los controles, sonidos cortos, los movie clips del menú de información temática, de la información general, imágenes de los mapas y los controles check box y scroll utilizados.

Este sistema también ha sido estructurado de forma que existen clases definidas en archivos Actionscript externos, las que son:

- **spBoard.as:** define la clase que contiene los elementos componentes de las animaciones, tanto de la provincia del Azuay como de la ciudad de Cuenca. Dentro de ésta, se encuentran los mapas que se despliegan en el espacio tridimensional y sus controles de manipulación. Además, está la programación que permite el movimiento del espacio, tanto del mapa como de las fotografías de los atractivos turísticos que tienen un movimiento perpendicular al mapa desde las coordenadas correspondientes a su ubicación y una transición de tamaño. También se encuentra la programación que realiza la carga de los archivos XML que contienen la información temática de los atractivos turísticos, la carga y control de los archivos de sonido y de las fotografías de los atractivos contenidas en archivos JPG.
- **Atractivo.as:** domina la clase inclusiva de las imágenes fotográficas de los atractivos turísticos. Los objetos contienen el título del atractivo, controles de manipulación de la fotografía: controles de cierre, de muestra de la información textual y de apertura de fotografías adicionales.
- **mainMenu.as:** contiene los movie clips correspondientes a las opciones del menú principal del sistema, así como el código necesario para colocar en el espacio tridimensional cada una de las opciones provenientes de la biblioteca y para vigilar su movimiento en el espacio.
- **controlFotos.as:** permite dibujar la referencia numérica de las fotografías de un atractivo turístico.

- **ImageLoader.as:** contiene el código que controla la carga de las imágenes desde archivos externos.
- **CampoTexto.as:** clase que define las características del texto que se despliega como título del atractivo turístico mostrado en una fotografía.
- **ToolTip.as:** Esta clase contiene la programación que permite visualizar los textos a manera de texto emergente en la visualización de la información temática de un atractivo.



Ilustración 5: Visualización de Datos

2. DISCUSIÓN

Para lograr implementar este sistema, se ha creado una interfaz de usuario que tiene diferentes niveles de profundidad, el acceso a los mapas se hace simulando un espacio virtual tridimensional que permite concebir realizando acciones de rotación, acercamientos, alejamientos y movimientos en los cuatro sentidos, de una manera intuitiva con el uso del ratón y de los botones de control dispuestos en el escenario. El sistema realiza una presentación de fotografías de los atractivos turísticos acorde al carácter tridimensional del sistema, desde el mapa base y desde la ubicación georeferenciada de cada sitio turístico surgen aleatoriamente y de forma sincronizada fotografías en dirección ascendente y con aumento gradual de tamaño y movimiento.

Al puntuar (hacer click) sobre una de las fotografías, se detiene la animación y el plano se desplaza, de tal forma que se muestra la fotografía en primer plano, con el nombre del atractivo en la parte inferior junto a botones que permiten visualizar más fotos de este sitio; en la esquina superior izquierda se dispone de un botón que permite acceder a toda la información turística del sitio, la cual se presenta de una manera estructurada y en diferentes

niveles mediante un menú, que se muestra en primer plano y al acceder a sus opciones nos presenta la información seleccionada de acuerdo a su naturaleza ya sea mediante submenús, a manera de mensajes o en nuevas ventanas con barras de desplazamiento. La fuente de información se obtiene a partir de la base de datos de atractivos turísticos almacenadas en archivos en formato XML, archivos generados a partir de la información original de Access y de información complementaria proveniente de Excel y de ArcGIS; los archivos XML son cargados al momento de seleccionar los mapas disponibles.

3. RESULTADOS

La metodología del INVENTARIO TURÍSTICO ACTIVO (ITA) diseñada por la Consultora PROYECTUR (Proyectos, Planificación y Consultoría Turística), procura racionalizar el relevamiento de los elementos del Patrimonio Turístico, dentro de una perspectiva de mercado, aplicando técnicas de automatización y digitalización, sistemas de registros electrónicos relacionales, que se resumen en descriptores y gráficos digitalizados.

Se establece el montaje de un sistema eficiente para la presentación material de los datos procesados por intermedio de tabulaciones, mapas, fotografías, audiovisuales y paquetes informáticos ad-hoc, estructurados en una base de datos. De esta manera poder establecer la participación interactiva mediante el futuro visitante y el contenido del Atractivo Turístico; de igual forma se pretende buscar el fortalecimiento local y el posicionamiento global de destinos, rutas, circuitos, servicios turísticos y actividades complementarias de la provincia del Azuay, Ecuador.



Ilustración 6: Despliegue de Fotografías

4. CONCLUSIONES

Las posibilidades del uso de herramientas multimedia, para la representación de diferen-

tes tipos de información (estadísticas, bases de datos, económicos, demográficos, entre otros), permite facilitar el uso y entendimiento de los datos representados de varias formas, así como, mejorar la calidad estética de las exposiciones.

El desarrollo de estas aplicaciones, puede darse en prácticamente todos los campos de la actividad humana, con un adecuado estudio de la naturaleza de la información, las herramientas informáticas disponibles y de los objetivos que se pretenden alcanzar, se pueden conseguir y realizar trabajos multimedia que se conviertan en aportes significativos al uso, difusión y entendimiento de la información; requiriendo el concurso de diverso tipos de profesionales en las diferentes etapas del desarrollo del proyecto.

Para la generación de contenidos base, es necesario un proceso específico dentro del campo o especialidad a la que le corresponde la información. A partir de este punto, se requiere de un proceso operativo conjunto, de análisis de requerimientos y de diseño y desarrollo de soluciones con la aplicación de conocimientos, tanto de Diseño gráfico como de Ingeniería de Sistemas. Dentro del campo turístico, se ha desarrollado una aplicación que permite mostrar los datos de un Inventario Turístico generado por profesionales de ésta área, que tenían la necesidad de presentar dicha información ya no sólo de manera tabular a partir de un manejador de bases de datos.

Lo innovador del proyecto reside en la capacidad de conjugar de manera coherente esta información tabular, con una representación georeferenciada de la misma, incluyendo el uso de fotografías de los atractivos turísticos, en una animación que permite al usuario de la misma tener el gusto de usar dicha información. La sensación del usuario se ve reforzada por el sonido que acompaña a la animación y la facilidad de uso del sistema.



Ilustración 7: Presentación visual de la ciudad de Cuenca

La era de la información se ha desarrollado de una manera vertiginosa, por lo que podríamos decir que ya está en nuestro medio, siendo necesario hacer contribuciones dentro de

este ámbito, a través de material audiovisual impreso, (CDs interactivos) o de sitios web innovadores. El presente trabajo realiza dichas contribuciones.



Ilustración 8: Presentación visual de la Provincia del Azuay

Recomendaciones

El sitio Web desarrollado maneja material audio-visual, lo cual representa un tamaño en cantidad de datos a ser transmitido relativamente alto por lo que se recomienda el uso de una conexión de banda ancha mayor a 250 kbps, para que la visualización se realice sin demoras en la carga de contenidos, sin que esto sea un obstáculo para visualizar la información con anchos de banda menores; como todo proyecto informático, éste es perfectible y pueden hacerse ampliaciones al mismo. El proyecto puede extenderse en alcances y consiguientemente costes de desarrollo. Una característica adicional podría ser por ejemplo la adición de movimiento automático del espacio tridimensional. Los alcances adicionales van más allá de un trabajo de graduación.

La georeferenciación como herramienta estratégica para el desarrollo del turismo de bienestar en Colombia

Saudy Giovanna Niño Bernal¹

Sonia Duarte Bajaña²

Resumen

La georeferenciación, es entendida como una herramienta que aporta al reconocimiento de espacios geográficos, dentro del sector turístico, como lo han demostrado los ejercicios llevados a cabo en lugares como Venezuela España y Brasil, convirtiéndose en un apoyo importante para identificar las potencialidades del territorio. En Colombia se destacan diferentes tipologías idóneas para el ejercicio de la georeferenciación, tales como Turismo Comunitario, Avistamiento de Aves, Ecoturismo, Turismo Gastronómico y en el que se enfoca la presente ponencia: Turismo de Bienestar.

Ahora bien, es necesario hacer un acercamiento a este subsector, en primer lugar es importante entender el turismo de salud, como el motivo por el cual, una persona viaja fuera de su lugar de residencia con el fin de recibir servicios de salud a nivel médico o bienestar, por esta razón encontramos que esta tipología de turismo se divide en dos categorías, la primera denominada como turismo médico que son viajes con el objetivo de recibir tratamientos curativos estéticos o quirúrgicos y como segunda categoría se encuentra turismo de bienestar definido como los viajes relacionados con actividades de cuidado y descanso.

Éste tipo de turismo, en Colombia, conserva un importante interés en el fortalecimiento del mismo, como estrategia para consolidar el país en un destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional para que sea reconocido como promotor de desarrollo y crecimiento, al tener en cuenta los recursos que se tienen.

1 Saudy Giovanna Niño Bernal, Administradora Turística y Hotelera de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia. Joven Investigadora cofinanciada por Colciencias en el marco del proyecto de investigación denominado Alternativa de desarrollo del turismo de bienestar en la región Bogotá-Cundinamarca, sgninob@libertadores.eso.co

2 Sonia Duarte Bajaña, Magister en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos de la Fundación Universidad Central y Trabajadora Social de la Fundación Universitaria Monserrate, Bogotá, Colombia, sduarteb@libertadores.edu.co

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace importante fortalecer el desarrollo del país por medio del turismo de bienestar, implementando así herramientas como la georeferenciación, para el reconocimiento de potencialidades turísticas que deben ser localizadas y caracterizadas junto con las oportunidades, elementos y recursos que las conforman, consolidando así la oferta turística como una estrategia de promoción por medio de la aplicación de herramientas que fortalezcan la industria a nivel global.

El objetivo de esta investigación, es utilizar la georeferenciación como herramienta estratégica para identificar las riquezas, recursos territoriales y saberes ancestrales, para el desarrollo del turismo de bienestar en Colombia.

Para dar cumplimiento al anterior objetivo, la metodología empleada, se fundamenta en el reconocimiento de las potencialidades turísticas, por medio de la georeferenciación consolidando así, una oferta turística variada en el sector turismo de bienestar en Colombia.

Palabras claves: Georeferenciación turística, turismo de bienestar, Sistema de Información geográfica (SIG), potencialidades turísticas, espacio geográfico.

Marco teórico

En desarrollo de lo anterior, se centra la atención en el reconocimiento e importancia de la aplicación de las nuevas tecnologías para el desarrollo del turismo en Colombia, destacando principalmente el papel de la georeferenciación como una herramienta que aporta al reconocimiento de las potencialidades presentes en un territorio.

En la actualidad se han fortalecido las Tecnologías de la Información Geográfica en adelante “TIG” entendiéndose como un conjunto de tecnologías que facilitan la recolección, manejo y análisis de datos para el estudio de un espacio geográfico (Gentili & Gil, 2009).

Dentro de las TIG, se encuentran una serie de disciplinas como la cartografía o la estadística espacial, los Sistemas de Información Geográfica, en adelante “SIG” la Teledetección o el Sensoramiento Remoto y los Sistemas de Posicionamiento Global en adelante, “GNSS” (Chuvieco, et al; 2005).

Dentro de los GNSS aparecen implícitas herramientas como la georeferenciación que permite “la identificación de todos los puntos del espacio (aéreos, marítimos o terrestres; naturales o culturales) mediante coordenadas referidas a un único sistema mundial” (Huerta, Mangiaterra, & Noguera, 2005, p.122).

La georeferenciación se ha utilizado para determinar las zonas donde se desarrollan las principales actividades económicas en el país (Suba, Mateus & Vargas, 2005). Posteriormente en el proceso de actualización de las áreas urbanas y rurales se utilizó la georeferenciación en las vías, centros educativos y sitios de interés, en la verificación de existencia de centros poblados, en la sectorización censal e incorporación de nuevos desarrollos urbanísticos (Molina, 2006).

A partir de la georeferenciación, se recopila información que será almacenada dentro de un SIG permitiendo posteriormente una salida gráfica o un mapa (López, comunicación personal, Mayo 2014)¹. Los SIG “son herramientas tecnológicas imprescindibles para visualizar de una forma abstracta y precisa los hechos y fenómenos de la superficie terrestre, a partir de datos espacialmente referenciados (Larios, Campillo & Lopez, 2008, p.173).

De esta manera, la georeferenciación se convierte en una herramienta estratégica para localizar y potencializar lugares que permitan el desarrollo de la actividad turística, generando así mayores oportunidades en el país.

¹ Entrevista semiestructurada realizada a Francisco Javier López Löffner, Ingeniero catastral y Geodesta, especialista en análisis espacial, experto en Sistemas de Información Geográfica (SIG), docente de la Universidad Distrital y Nacional en SIG, tecnologías de la información geográfica y cartografía básica. (viernes 23 de mayo de 2014)

La aplicación de la georeferenciación en turismo ha permitido el desarrollo de Sistemas de Información Geográfica para el Análisis del turismo (SIGTUR), por mencionar algunos casos se hace pertinente nombrar países como Brasil, Venezuela y España, quienes al desarrollar estos sistemas han permitido el tratamiento de información, la realización de cartografía, la elaboración de indicadores territoriales, definición y tipificación de los municipios turísticos. Puesto que han implementado este sistema “para la planificación y gestión del territorio turístico y como herramienta para la promoción, comercialización e información turística” (Ugarte & Pineda, 1999,p.102)

Teniendo en cuenta lo anterior, implementar herramientas en el sector turístico permite el reconocimiento de las potencialidades presentes dentro de un espacio geográfico, según informes realizados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (1990), además de las nuevas corrientes geográficas, surge la informática ciencia que hizo que los estudios geográficos fueran replanteados ya que traía consigo nuevas herramientas automáticas y fáciles de manejar para analizar el territorio, lo que ayudo a la automatización del sistema.

Con la automatización del sistema se han desarrollado elementos que intervienen positivamente en el desarrollo de la actividad turística, por esto las técnicas de recolección de información han evolucionado, aumentando así, el rendimiento de la información geográfica, donde la principal metodología utilizada para tratar datos geográficos son los Sistemas de Información Geográfica” (Araque, 2012).

Objetivo general

Utilizar la georeferenciación como herramienta estratégica para identificar las riquezas, recursos territoriales y saberes ancestrales, para el desarrollo del turismo de bienestar en Colombia.

Objetivos específicos

- Identificar los elementos que conforman las tecnologías de la información geográfica para el reconocimiento de espacios turísticos en las regiones periféricas.
- Localizar los lugares con potencial para el desarrollo del turismo de bienestar a partir de herramientas como la georeferenciación.
- Divulgar los resultados a los entes oficiales con el fin de promover las actividades turísticas potenciales de la región.

Metodología

El enfoque de la investigación es de carácter mixto, debido a que recoge información cualitativa por medio de la cartografía social para generar acciones participativas donde “se conforma un equipo de investigación integrado, por un lado, por expertos investigadores, quienes cumplen el papel de facilitadores o agentes del cambio; y, por otro, por la comunidad o grupo donde se realiza la investigación, quienes serán los propios gestores del proyecto investigativo” (Bernal, 2006.pag 61) de esta manera, se generara un reconocimiento de los de los recursos potenciales en la práctica de turismo de bienestar empleando, un método cuantitativo en la descripción demográfica de los actores del territorio permitiendo así reconocer y analizar elementos que permitan divulgar y generar estrategias para el desarrollo del turismo de bienestar.

La investigación aplica un método inductivo-deductivo, de lo general a lo particular ya que inicialmente se parte de investigaciones y estudios que dan paso al reconocimiento de las necesidades y estrategias a implementar en el subsector turismo de bienestar “con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general” (Bernal, 2006.pag 56).

Resultados

En Colombia el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el año 2012 contrato un estudio con la firma Tourism & Leisure, donde se presentan las estrategias y planes de acción a seguir con una proyección hacia el año 2032 para consolidar el subsector turismo de bienestar.

Dentro de este nuevo sector se identifican tres 3 productos bandera para el posicionamiento del sector turismo de bienestar en Colombia los cuales son: Talasoterapia Terma-lismo y los Spas/centros de bienestar.

Se destaca que Colombia es un país rico en biodiversidad, además de ser privilegiado por su riqueza natural, por la variedad, la belleza de su geografía y por la diversidad de sus ecosistemas. El país cuenta con una variedad de frutas y flores que son usadas por las comunidades para fabricar diferentes productos como cosméticos y otros con fines específicos para procesos de relajación.

El territorio posee 310 fuentes termales, de las cuales 30 tienen prioridad para ser convertidas en centros termales y las demás no han sido objeto de los estudios correspondientes, por tal motivo se desconoce su potencial. Se tienen 900 centros de bienestar SPA, un solo centro de talasoterapia con posibilidades de crecimiento. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

Según lo anterior, Colombia posee un alto potencial para el desarrollo de este subsector que aún es incipiente en el país, pero puede ser fortalecido si se tiene en cuenta la oferta de valor en la medicina curativa y estética, basándose en las ventajas naturales que brinda cada región.

Conclusiones

Al visibilizar la oferta turística de bienestar con la herramienta de georeferenciación se lograra mejorar la calidad de vida de los pobladores anfitriones, además de reconocer los saberes ancestrales, lo que preservaría las tradiciones y potencializaría el subsector turismo de bienestar basado en experiencias de países como Brasil, Venezuela y España.

Por medio de la revisión Bibliográfica realizada, se constata que la georeferenciación impacta positivamente en el sector turístico, puesto que, se convierte en una herramienta estratégica para el reconocimiento de nuevas potencialidades turísticas presentes en las diferentes tipologías.

Teniendo en cuenta experiencias de países como Brasil, Venezuela y España es importante que en Colombia se desarrollen y fortalezcan los Sistemas de Información Geográfica (SIG) enfocados directamente hacia el sector turístico, pues de esta forma la planificación y gestión del turismo se consolidará.

El desarrollo del proyecto atenderá una necesidad sentida, que a la vez permitirá fortalecer los espacios académicos del programa redundando en la formación de los estudiantes y visibilizando a la Universidad y el programa a partir del impacto generado en el subsector de bienestar.

Referencias

- Araque, A. (2012). Sistema de Información Geográfica para la mejora de la gestión y la toma de decisiones difusa en entornos oleícolas. Escuela Politécnica Superior de Jaén Departamento de Informática Recuperado de http://sinbad2.ujaen.es/cod/archivosPublicos/dea/TTH_AntonioAraque.pdf 30 de septiembre de 2013
- CEPAL. (1990). Sistemas de Información Geográfica SIG conceptos, estructuras y aplicaciones en la captación, proceso y análisis de datos sobre ambiente y recursos naturales. Seminario Regional sobre Inventarios y Cuentas del Patrimonio Natural y Cultural. Avances y Perspectivas en América Latina y El Caribe: 1990 mar 26-28 Santiago de Chile.
- Chuvieco, E., Bosque, J., Pons, X., Conesa, C., Santos, J. M., Puebla, J. G., & Prados, M. J. (2005). ¿Son las Tecnologías de la Información Geográfica (TIG) parte del núcleo de la geografía. *Boletín de la AGEN* °, 40, 35-55.
- Gentili, J., & Gil, V. (2009). Aplicación de Tecnologías de Información Geográficas (TIG) al análisis hidrogeomorfológico. *Caso de estudio: cuencas hidrográficas del Sistema de Ventania*, Buenos Aires, Argentina. 12º Encuentro de Geógrafos de América Latina “Caminando en una América Latina en transformación”, Montevideo, Uruguay.
- Huerta, E., Mangiaterra, A., & Noguera, G. (2005). GPS Posicionamiento Satelital. Argentina:UNR Editora.
- Larios, C., Campillo, L., & Lopez, J. (2008). Aplicación de un SIG para ubicar e identificar las zonas de interés turístico y la infraestructura en la reserva ecológica cascadas de reforma, Balancán, Tabasco. *Semana de Divulgación Y Video Científico*, 173–178.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). Plan de Negocios para el Subsector de Turismo de Bienestar en Colombia. Recuperado de: <http://www.ptp.com.co/documentos/Resumen%20Plan%20Turismo%20de%20Bienestar.pdf>. 2 de Marzo de 2014.
- Molina, C.2006. Marco geoestadístico nacional único y la georeferenciación de la información estadística. Geoestadística y simulación. Semana de geomántica. P152. Revista análisis geográficos No 3
- Suba, S., Mateus, R., Vargas, J. (2005). Georeferenciación de registros biológicos y gacetero digital de localidades. Recuperado de http://www.gbif.es/ficheros/Colombia/Georeferenciacion_gacetero.pdf. 9 de Mayo de 2014.
- Ugarte, N., & Pineda, V. (1999). SIGTUR en la Planificación Integral del Turismo (Zulia-Venezuela). *Turismo Em Análise*, 10(2), 99–115.

ANÁLISIS E IMPACTO DE LA LEY N° 20.580 DE TOLERANCIA CERO ALCOHOL EN LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA

Gonzalo Otarola Navarro

Resumen

La Ley N°20.580, más conocida como Ley Tolerancia Cero, entró en vigencia en Chile en Marzo del 2012 con el fin de disminuir la tasa de mortalidad asociadas a la ingesta de alcohol en la conducción, la cual venía en gran aumento durante los últimos años. Junto a una serie de efectos, una de las industrias más afectadas fue la gastronómica.

Es por ello que surge la necesidad de entender los efectos que trajo consigo esta ley, de manera social y económica. Por ende, se estimó evaluar a la Industria Gastronómica focalizada en la ciudad de Santiago, específicamente, de los puntos convergentes que reúnen la mayor oferta de este tipo, en la capital.

La hipótesis manejada para llevar a cabo la investigación es que la Ley Tolerancia Cero afecta negativamente a la industria, provocándole bajas en los ingresos atribuibles al consumo de bebidas alcohólicas, y por ende, a sus utilidades totales mensuales.

Por lo tanto, para dilucidar el tema, y poder confirmar o rechazar la hipótesis, se realizó una completa investigación de mercado a la demanda (consumidores) la cual arrojó que los chilenos que recurren a locales predominan entre los 18 y 33 años, realizándolo mayoritariamente los fines de semana en las noches (donde el consumo de alcohol es mayor) no tomando conciencia sobre su ingesta, todavía mezclándola con la conducción. Por otro lado, una gran parte sigue prefiriendo compartir en casa.

Además, también se estudió minuciosamente a la oferta (restaurantes, pubs y/o bares) mediante encuestas presenciales arrojando entre cosas que sus ingresos provenientes de bebidas alcohólicas predominan entre el rango de 61% y 80%, sus clientes no han dejado de asistir a estos locales por la Ley Tolerancia Cero, por ende sus ingresos no se ven afectados, la gran mayoría cuenta con tragos sin alcohol, pero difícilmente pagarían por capacitaciones que enseñen la correcta venta y elaboración de estos. Unánimemente, la totalidad de encuestados dijo estar a favor de las restricciones impuestas por las Leyes de Tolerancia Cero y Antitabaco, sobre todo con ésta última, que llegó a potenciar la industria, logran-

do la recepción de mayor número de clientes.

Finalmente, ambas investigaciones, arrojaron una evaluación de una nota cercana al 4.5 (en escala de 1,0 a 7,0) con respecto a la funcionalidad que ha tenido la Ley Tolerancia Cero a lo largo de sus dos años que lleva en ejecución.

Luego de haber analizado la información levantada por la investigación de mercados, se determinó la propuesta en conjunto con la empresa "Tragos Sin Alcohol", la cual consiste en la creación de capacitaciones sobre técnicas de elaboración y ventas de tragos sin alcohol, con el fin de expandir el mercado, y aumentar las ganancias de los locales.

En conclusión, se puede asegurar que la Industria Gastronómica focalizada en los puntos que la convergen en la ciudad de Santiago, no se ve afectada hoy en día por la Ley Tolerancia Cero a dos años de su implantación, por ende, la hipótesis se rechazaría totalmente.

Palabras claves: Ley de Tolerancia Cero (LTC), Industria Gastronómica, Ley Antitabaco (LAT), Trago sin alcohol (Coctelería analcohólica), Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)

Marco Teórico

Lo que traje consigo la nueva Ley N° 20.580 de Tránsito, fue la disminución de la cantidad aceptada de gramos de alcohol en la sangre para los conductores automovilísticos. Para resumir a grandes rasgos esta ley y entenderla de mejor forma, se muestra a continuación un pequeño cuadro que explica los cambios de las leyes número 18.290 (antigua), con la 20.580 (actual).

| ESTADO | AHORA | ANTES |
|---------------------------------|------------------|------------------|
| Bajo la influencia del alcohol* | 0,31 – 0,79 | 0,5 – 0,99 |
| En estado de ebriedad* | 0,8 hacia arriba | 1,0 hacia arriba |

Fuente: Elaboración propia

**Valores expresados en gramos de alcohol por litro de sangre.*

Si bien, estos números por sí solos no dicen mucho, a la hora de los controles vehiculares sí, por ende, es aquí donde surge la principal inquietud para realizar esta investigación, la cual se detalla a continuación:

El problema principal que ha acarreado la Ley “Tolerancia Cero”, es la notable e innegable disminución de ventas e ingresos con respecto a las bebidas alcohólicas de locales que las contemplan dentro de sus cartas o menús, esto, a pesar de mantener una cantidad de clientes estables, pero con un claro menor margen de ganancia, donde sus mismos dueños, a finales del primer semestre del 2012, declaraban al diario digital “El Dinamo”, haber tenido uno de los peores semestres en mucho tiempo, responsabilizando sin duda a la nueva Ley.

“La cantidad de personas fue la misma, pero los promedios de venta fueron como 20% a 25% menores por el tema del alcohol, lo que no se vio ni siquiera para la crisis”, sostuvo Juan Las Heras de El Apero de Borde río.

“El margen de utilidad bajó y la venta se mantuvo. Antes, en cambio, se veía un alza”, agrega Ximena Zagal de El Antojo De Gauguin de Bellavista.

“La venta de alimentos se mantuvo, pero las de vino y bar bajaron 30%, lo que hizo que los ingresos totales se redujeran entre un 12% a 15%”, según su administrador, Fernando Pumarino.

“No hay crecimiento. La ley de alcohol influyó y se ve una tendencia a la baja en el valor de las boletas”, enfatiza Gustavo Ruiz de La Tabla en BordeRío.” (Rodríguez, 2012)

Pero por otro lado, otros trabajadores del sector, en el Diario El Mercurio a principios del 2013, evaluaron como positiva la inserción de la nueva ley, donde evidentemente, surge una incongruencia de la Industria:

“Partió bien malo, pero terminó siendo un gran ejercicio”, enfatizan en el restaurante Zanzibar.

Opinión similar esgrimen desde el restaurante Tambo en el barrio Lastarria. “El 2012 fue positivo. Nuestra ventas crecieron en torno a 30%”, aseguran. “La ley se dejó sentir sólo al principio, luego las ventas se dispararon”, subrayan desde otro local del mismo sector.

En la industria concuerdan en que la fuerte baja en la ingesta de alcohol -la venta en volumen de tragos cayó cerca de 30% en el año- fue contrarrestado por un incremento en el consumo promedio. “Las personas están pidiendo más platos y entradas”, dice un empresario del rubro.” (Tapia B., 2013)

Por lo tanto, la necesidad que se busca aclarar mediante este estudio, es evaluar de manera minuciosa los efectos que ha provocado la Ley 20.580 de Tolerancia Cero en la Industria Gastronómica de Santiago, en la Región Metropolitana. Hoy, a dos años de la implantación de dicha ley, los cambios no han pasado desapercibidos para los dueños de restaurantes (teniendo alzas y bajas) ni para los consumidores, que se han visto privados de manera significativa a la hora de elegir dónde compartir un almuerzo o un grato momento.

Objetivos

Objetivo General:

- Verificar el impacto económico, social y cultural de la implantación de la Ley N° 20.580 de “Tolerancia Cero” en los puntos convergentes de la Industria Gastronómica de Santiago de Chile.

Objetivos Específicos:

- Conocer los efectos y consecuencias que ha dejado la Ley de “Tolerancia Cero” en la Industria Gastronómica de Santiago.
- Establecer una opinión formada y generalizada de los dueños de restaurantes frente a la implantación de dicha ley y sus efectos.
- Entender el nuevo comportamiento de los consumidores luego de la aplicación de la Ley Tolerancia Cero.
- Crear soluciones de acuerdo a las necesidades obtenidas para implementar en Restau-

rantes, Pubs y/o Bares.

Metodología

La hipótesis manejada para llevar a cabo la investigación es que:

La Ley Tolerancia Cero afecta negativamente a la industria, provocándole bajas en los ingresos atribuibles al consumo de bebidas alcohólicas, y por ende, a sus utilidades totales mensuales.

Por lo tanto, para dilucidar el tema, y poder confirmar o rechazar la hipótesis, se realizó una completa investigación de mercado a la demanda (consumidores) y oferta (restaurantes, pubs y/o bares).

Investigación de la demanda

Población

Se ha estimado enfocarse en la ciudad de Santiago, de la Región Metropolitana de Chile. Para ello, se llega a la conclusión de que se encuestará a todas las poblaciones mayores a 20 años consumidores y no consumidores de bebidas alcohólicas, provenientes de las 37 comunas de la ciudad de Santiago y Talagante.

| SANTIAGO | | |
|---|---------------------|------------------|
| Provincias | Comunas | Población |
| Provincia de Santiago | Cerrillos | 45.910 |
| | Cerro Navia | 90.601 |
| | Conchalí | 76.148 |
| | El Bosque | 117.720 |
| | Estación Central | 80.850 |
| | Huechuraba | 58.662 |
| | Independencia | 37.784 |
| | La Cisterna | 51.308 |
| | La Florida | 297.919 |
| | La Granja | 86.040 |
| | La Pintana | 136.447 |
| | La Reina | 69.374 |
| | Las Condes | 223.575 |
| | Lo Barnechea | 78.134 |
| | Lo Espejo | 67.572 |
| | Lo Prado | 64.256 |
| | Macul | 71.959 |
| | Maipú | 652.075 |
| | Ñuñoa | 112.150 |
| | Pedro Aguirre Cerda | 66.546 |
| | Peñalolén | 175.386 |
| | Providencia | 102.117 |
| | Pudahuel | 194.634 |
| | Quilicura | 148.403 |
| | Quinta Normal | 62.647 |
| | Recoleta | 87.940 |
| Renca | 89.487 | |
| San Joaquín | 56.503 | |
| San Miguel | 52.592 | |
| San Ramón | 57.235 | |
| Santiago | 124.239 | |
| Vitacura | 59.238 | |
| Provincia de Talagante | Padre Hurtado | 34.931 |
| Provincia Cordillera | Pirque | 17.092 |
| | Puente Alto | 535.269 |
| | San José de Maipo | 10.591 |
| Provincia de Maipo | San Bernardo | 213.330 |
| TOTAL POBLACIÓN +20 GRAN SANTIAGO URBANO | | 4.506.664 |

Fuente: Elaboración propia en base a datos Cencosud 2013

Muestra

Tipo de muestra: se utilizará el Muestreo Aleatorio Simple, ya que todas las personas de la población tendrán la misma probabilidad de ser electas.

Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizó la plataforma virtual de Net Quest, la cual cuenta con un

| | |
|---------------------------------|---------------------|
| MÁRGEN DE ERROR | 5% |
| NIVEL DE CONFIANZA | 99%* |
| TAMAÑO DEL UNIVERSO A ENCUESTAR | 4.506.664 PERSONAS |
| NIVEL DE HETEROGENEIDAD | 50% |
| TAMAÑO MUESTRAL | 664 PERSONAS |

Fuente: Elaboración propia en base a datos Net Quest

Técnicas de Recolección

Encuestas electrónicas: Se optó por esta metodología por las siguientes razones:

- Bajo costo. Ya que no es necesario contratar encuestadores, ni utilizar papel para obtener los datos.
- Rapidez. Ya que los resultados de la encuesta se obtienen en tiempo real.
- Exactitud. Se eliminan los errores de la introducción de datos.

Investigación de la oferta

Población

Para abordar el seminario, se considerarán restaurantes, pubs y/o bares de los puntos convergentes de la gastronomía localizada en la ciudad de Santiago. Estos son:

- Santiago Centro (Barrio República, Barrio Brasil, Barrio Lastarria)
- Ñuñoa (Plaza Ñuñoa)
- Providencia (Barrio Bellavista, Barrio Suecia, Barrio Italia, Paseo Orrego Luco)
- Vitacura (Borde Río, Alonso de Córdova)
- Las Condes (Barrio El Golf, Boulevard Parque Arauco, Mirador del Alto)

Muestra

Tipo de muestra: se utilizará el Muestreo Aleatorio Simple, ya que todas las personas de la población tendrán la misma probabilidad de ser electas.

Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizó la plataforma virtual de Net Quest, la cual cuenta con una calculadora online que arrojó los siguientes resultados:

| | |
|---------------------------------|----------------------------|
| MARGEN DE ERROR | 8% |
| NIVEL DE CONFIANZA | 90% |
| TAMAÑO DEL UNIVERSO A ENCUESTAR | 1.499 LOCALES EN SANTIAGO* |
| NIVEL DE HETEROGENEIDAD | 50% |
| TAMAÑO MUESTRAL | 99 LOCALES |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Net Quest

Resultados

Investigación a la Demanda

A través de la investigación de mercados realizada a los consumidores, es decir, a la demanda, es posible rescatar las conclusiones que se detallan a continuación.

El 87% de los encuestados corresponde a un rango de edad, entre 18 y 41 años, estudiantes y trabajadores. Dato que refuerza la investigación, debido a que éste público, son quienes en mayor cantidad visitan locales de entretención como restaurantes, pubs y/o bares.

En cuanto a la comuna o sector más concurrido, las opciones de mayor preferencia fueron Santiago Centro y Providencia. Se estima que estas opciones se deben a su valor céntrico y de fácil acceso desde cualquier punto de la capital, además de la gran y variada oferta que en sus barrios se ofrece.

El 76% es consumidor de bebidas alcohólicas, y el 54% de estos lo consumen por el sabor de estas, no necesariamente por el efecto que provoca, lo que sería, probablemente, la razón más esperada.

Se evidenció que el 46% que recurren a los locales usando su automóvil, beben a lo menos un trago suave (lo que equivaldría a un Margarita, por ejemplo).

El 74%, al momento de preguntar la frecuencia de asistencia a restaurantes, pubs y/o bares, lo hacen de igual manera que previo a la implantación de la Ley de Tolerancia Cero, afirmándose de su opinión frente al resto, y manteniendo la postura, de que el común de los santiaguinos no han dejado de asistir a locales.

A pesar de tener una gran cantidad de encuestados que beben alcohol, la aceptación del 51% frente a la incorporación de tragos sin alcohol a las cartas de restaurantes, pubs y/o bares es un dato clave de la investigación, lo que da cuenta que si es un buen negocio, con un nicho que se puede explotar mucho más aún.

Finalmente, la opinión de los encuestados sobre la Ley de Tolerancia Cero y su principal objetivo, es decir, la disminución de la tasa de mortalidad asociadas a los accidentes en los que está incluido el alcohol, es evaluada aproximadamente con nota 4,5, en escala de 1 a 7, siendo 1 pésimo y 7 excelente.

Investigación a la Oferta

A través de la investigación de oferta realizada a los restaurantes, pubs y/o bares, es posible rescatar las conclusiones que se detallan a continuación.

Los días de mayor público, son entre jueves a domingo, siendo los viernes y sábado (58%) la mayor concentración de público. Esto se cree por la simple razón de que estudiantes y trabajadores esos días existe una mayor disponibilidad de tiempo permitiendo recurrir a este tipo de locales.

Los ingresos atribuibles al consumo de bebidas alcohólicas representan hasta 80% de los restaurantes, pubs y/o bares de Santiago. Sin duda es posible ligarlo a la cultura etílica del chileno, quién se destaca por ser un gran bebedor social, quién aprovecha cada instancia para realizar este ejercicio.

Hoy, a dos años de la implantación de la Ley Tolerancia Cero, el 58% de empresarios del rubro gastronómico, concluyen que el consumo de alcohol es de la misma cantidad en comparación a antes de comenzar a regir dicha ley. Si quizás en algún momento esto afectó, bajando notoriamente los ingresos, hoy en día eso se encuentra zanjado, no presentando bajas. Por lo mismo, los ingresos totales mensuales, también se mantienen constantes.

A pesar del poco arrastre y popularidad que tienen los tragos sin alcohol en Chile, un 90% de los locales dijo considerarlos en su barra.

Un 43% dijo estar dispuesto a pagar por capacitaciones que enseñen una correcta elabora-

ción de tragos sin alcohol, ya que dicen contar con bartenders profesionales que saben del asunto en cuestión. Ahora, de forma extra, se les preguntó si estarían dispuestos a aceptar la capacitación como parte de algún programa de gobierno, y todos, unánimemente, dijeron que sin duda lo harían.

Independientemente de los efectos que en algún momento pudo haber causado la Ley de Tolerancia Cero en la Industria Gastronómica, la gran cantidad de encuestados dijo estar a favor de sus restricciones, ya que genera un ambiente de trabajo más ameno, sin personas en estado de ebriedad que molesten a los trabajadores o al resto de clientes. Por otro lado, quienes dijeron estar en desacuerdo con esta medida, fue exclusivamente porque la encuentran algo extremista, y no una real solución al problema que aqueja a las autoridades para disminuir la tasa de mortalidad.

Con respecto a la Ley Antitabaco, un 46% se vio favorecido con esta medida, ya que ahora el público sale a comer o a compartir un trago sin la preocupación de los fumadores. Además, independiente de eso, el 80% de ellos cuentan con espacios para fumadores, donde el cliente es libre de decidir en qué lugar prefiere estar.

Finalmente, la opinión de los encuestados sobre la Ley de Tolerancia Cero y su principal objetivo, es decir, la disminución de la tasa de mortalidad asociadas a los accidentes en los que está incluido el alcohol, es evaluada aproximadamente con nota 5,0, en escala de 1 a 7, siendo 1 pésimo y 7 excelente.

Conclusiones

Finalmente, en base a ambas investigaciones de mercado (oferta y demanda), a entrevistas, información recopilada, entre otros, es posible concluir lo siguiente:

La Ley Tolerancia Cero, puesta en marcha el 15 de marzo del año 2012 se impuso en el país con el fin de disminuir la tasa de mortalidad asociadas a la ingesta de alcohol en la conducción. A pesar de ser ese su principal objetivo, acarreó una serie de problemas a la Industria Gastronómica, hablese de pubs, restaurantes y bares.

Al poco tiempo de su comienzo, la bullada ley afectó negativamente a los locales, provocando una baja en las utilidades por la poca asistencia e interés que presentaban los consumidores de concurrir a estos lugares por la prohibición de la ingesta de alcohol al momento de conducir.

Hoy, a dos años de esos efectos ya nada queda. La situación ha vuelto a la completa normalidad, y los ingresos de los locales ya no presentan bajas que se asocian a la ley. Es más, aquí es donde surge la Ley Antitabaco, que al contrario de la de Tolerancia Cero,

ésta, desde un principio hizo ver cifras positivas para los empresarios del rubro. Otro dato bastante importante que se pudo levantar mediante esta investigación, es que los chilenos no han tomado conciencia en su totalidad sobre los efectos que provoca manejar con alcohol en la sangre, demostrando la cultura ética que se tiene, no considerando los riesgos que pueden ocasionar.

Un dato que no se tenía en consideración, y fue fundamental para la creación de la propuesta, es que la gran parte de los consumidores dice beber alcohol por su sabor. Por ende, se buscó implementar una idea que llegara a todo el público.

Por eso, y de manera pionera, se propuso crear capacitaciones en coctelería analcohólica, trabajando directamente con la empresa Tragos Sin Alcohol Chile, quienes se destacan por traer sus productos desde España, igualando aromas, texturas, presentación, y en gran parte sabores, solo haciendo falta el ardor del alcohol.

Con respecto a la evaluación que pusieron los encuestados a la Ley de Tolerancia Cero (promedio de 4,5 aproximadamente) se estima bastante baja. Pero ahora, si se entiende la cultura del chileno, de no respetar las leyes, y además la alta afición que tiene respecto al consumo de alcohol, la nota se respalda. Aun así, falta mucho para cambiar la mentalidad y conseguir resultados favorables, ya que si bien es cierto, la ley lleva ya dos años en funcionamiento y aún no se han visto resultados 100% verídicos y positivos en su efectividad (disminución de tasa de mortalidad), todo por la poca falta de conciencia generada.

Si bien es cierto, la encuesta arrojó que los locales probablemente no estén dispuestos a pagar por este tipo de capacitaciones, se logró determinar proponer el proyecto al gobierno, para que éste lo dictase dentro de alguno de sus programas. No cabe duda que se debiera sacar partido al respecto, debido a que es una propuesta en pro a la vida sana, que ayuda a aumentar las ganancias de los locales, y que tampoco discrimina en cuanto a edades ni enfermedades.

Por lo tanto, es un hecho que hoy, a dos años de su comienzo, la Ley de Tolerancia Cero no afecta negativamente a la Industria Gastronómica localizada en la ciudad de Santiago de Chile, como en su comienzo si lo hizo. Más aún, los administradores de estos locales de entretención, hoy, se muestran en una posición totalmente a favor con respecto a esta ley, y también, con la de Tabaco.

Por ende, y en conclusión, es posible confirmar que la hipótesis esta la investigación (expuesta al comienzo) no se cumple, rechazándose completamente.

Bibliografía

Arana Ponce, D., Mallea Navarrete, M., & Valenzuela Espinace, Á. (Julio de 2013). *Industria Gastronómica. Análisis de la Industria Gastronómica de Santiago de Chile*. Santiago, Chile: Tesis Universidad de Chile.

BCN. (12 de Febrero de 2012). *Ley Fácil*. Obtenido de sitio web de Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: de <http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/conduccion-y-consumo-de-alcohol>

BCN. (8 de Febrero de 2013). *Ley Fácil*. Obtenido de sitio web de Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: de <http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/ley-del-tabaco>

Navia Burgos, T., & Villón Beltrán, D. (2010). *Definiciones. Proyecto de elaboración y comercialización artesanal de cocteles sin alcohol a base de frutas tropicales en San Marino Shopping Center*. Guayaquil, Ecuador: Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Pérez, J. (23 de Junio de 2011). *El Bar*. Obtenido de blog de Mesa y Bar: de <http://mesa-bar-jorgeantonio.blogspot.com/2011/05/el-bar-concepto-y-clasificacion.html>

Riesgos para el fumador pasivo. (10 de Noviembre de 2013). Obtenido de sitio web de AECC Contra el cáncer: de <https://www.aecc.es/SOBREELCANCER/PREVENCION/TABACO/ENFERMEDADYRIESGOS/Paginas/Riesgosfumadorpasivo.aspx>

Rodríguez, J. (20 de Julio de 2012). *Restaurantes reclaman bajas ventas tras vigencia de la Ley de “Tolerancia Cero” al alcohol*. Diario El Dínamo.

S.n. (20 de Septiembre de 2006). *¿Qué es el Sence?* Obtenido de sitio web de Economía y Negocios de: http://www.economiaynegocios.cl/mis_finanzas/detalles/detalle_emp.asp?id=44

S.n. (20 de Agosto de 2013). Obtenido de sitio web de *Manéjate por la Vida*: de <http://www.manejateporlavid.cl/2011/11/home3/>

S.n. (26 de Octubre de 2013). *Ventajas de los tragos sin alcohol*. Obtenido de sitio web de *El Quehay decierto*: de <http://www.elquehaydecierto.cl/noticia/sociedad/ventajas-de-los-tragos-sin-alcohol>

SENCE. (15 de Noviembre de 2013). *Preguntas Frecuentes Norma Chilena NCh2728*. Obtenido de sitio web de Sence: de http://www.sence.cl/sence/wpcontent/uploads/2011/03/PreguntasFrecuentes_NCH2728_170210.pdf

Tapia B., M. J. (29 de Enero de 2013). *Restaurantes suben ventas en 2012, pese a efecto de nueva ley de alcoholes*. Diario El Mercurio, pág. 12

Educación Media Técnico Profesional en Turismo: Imaginario Social, Motivación y Agentes intervinientes en la elección, expectativas y proyecciones (Estudio de Caso, INSAT Valdivia)

Mauricio Triviños

Resumen

Esta investigación está basada en el estudio de caso del Liceo de Educación Media Técnico Profesional, de ahora en adelante, (EMTP), INSAT Valdivia, en la cual se busca la conformación del imaginario social de los estudiantes de 3er. Año de la especialidad de Turismo de este establecimiento. La construcción de este imaginario se basa para esta investigación en cuatro aristas vinculadas al momento decisional como lo son: Motivación y Agentes intervinientes en la elección, expectativas y proyecciones.

“Las reformas de los sistemas de educación técnica y profesional deben Explorar el cómo, con qué instrumentos, mediante qué medidas, a través de qué soluciones, de acuerdo con qué enfoques y estrategias deben implementarse estas reformas” (Blas, 2009, pág. 160)

Ante la necesidad de intentar analizar el fenómeno de la EMTP, se hace gravitante entender la cita anterior pero no de una forma textual sino más bien en su sentido amplio, dada la complejidad, diversidad y multisectorialidad del fenómeno. Por ende no es menor la trascendencia de la misma si tomamos en cuenta que en la actualidad casi la mitad de los alumnos de la enseñanza media lo hace bajo esta modalidad que suma y suma alumnos de forma constante muchas veces debido a que sus familias ven en ella una buena oportunidad de desarrollo y estabilidad laboral y económica.

Durante su historia y de forma graduada la EMTP ha buscado entregar una orientación práctica a la educación chilena, esto se acentúa a medida que las ideas pedagógicas han realizado el aprendizaje por medio de la experiencia, otro punto de inflexión que acentúa la relevancia de la EMTP es la situación y esquema económico que de una u otra forma también contribuye al potenciamiento de este modelo educativo, ya que la constante necesidad de incluir a los llamados mandos medios o personal operativo realza la importancia de los egresados y titulados de la tan popular EMTP.

Palabras claves: Imaginario Social, Turismo; Técnico profesional; Elección y Expectativas

Marco Teórico

La Educación en la Naciente República.

En los primeros pasos hacia la instauración institucional del sistema educativo chileno, el presidente M. Bulnes promulga la ley que permite la creación de la Universidad de Chile, para de esta forma contribuir al desarrollo cultural y social de la nación, proporcionando con esta acción, la creación de un marco para el futuro desarrollo educacional. Con los acontecimientos que rodeaban a la floreciente nación, aún no se observa algún claro de luz convincente, consensuado y mancomunado por parte de los gobernantes para instaurar, o más bien, poner sobre la palestra nacional la EMTP. Es recién en las cercanías del 1850 que de la mano de la llamada Sociedad de la Igualdad, que comienza a ver la luz la educación técnica profesional en Chile, es así como esta sociedad contemplaba la creación de escuelas gratuitas, baños públicos, bancos de obreros, montes de piedad y otros.

En directa relación con la educación técnica, es hacia el 1849 cuando se dan pasos de relevancia nacional con la creación de la Escuela de Artes y Oficios de Santiago y la escuela de Bellas Artes y Arquitectura. Tomando el impulso dado por la creación de estas casas de estudio y en apertura social hacia los derechos de las mujeres y para ello se funda la Escuela Técnica Femenina de Santiago. A partir de la creación de estas primeras instituciones más tarde se crearon una serie de institutos y escuelas prácticas a lo largo de nuestro país, que de una u otra forma tenían relación con la educación técnico profesional: Manuel Salas fue el primero en realizar acciones concretas para desarrollar en la nación una educación “Científica y Práctica”, trabajando arduamente para la creación e instauración de la reconocida Academia de San Luis en 1897, es en esta línea que destaca lo señalado por Pino que nos indica, *“no sólo fundó nuestra educación técnica de nivel medio, sino también, aplicó por primera vez en nuestro país un método racional, científico”*. *La Academia fue concebida como “una respuesta a la realidad socioeconómica y cultural que, habiéndola estudiado acuciosamente, era el más certero diagnóstico y el plan más visionario para impulsar el desarrollo de Chile”* (Pino, 2003). Si bien esta academia no es el inicio oficial ni formal de la EMTP podemos señalar que actúa como una base o bien es un punto de partida.

Conceptos y Modelos de la EMTP

Los cambios sociales y políticos notables de la época, como lo fueron, por ejemplo la fundación del Partido Obrero Socialista de Chile (Partido Comunista) o la inclusión de capitales estadounidense en el yacimiento de Chuquicamata en el año 1913 y por último, pero no menos importante, como lo fue el inicio de la Primera Guerra Mundial, transfor-

man a este periodo en una época de cambios apreciables para la nación. Es aquí cuando comienza a hacerse palpable el desarrollo y la importancia que emprende la educación técnica profesional. Es así como en 1915 se promulga el decreto que crea la Comisión de enseñanza Comercial con la idea de velar por el desarrollo de esta modalidad educacional, pasados algunos años se crea el consejo de Enseñanza industrial de Hombres, siguiendo los fines de las primeras, y así sucesivamente se fueron creando distintas comisiones y direcciones relacionadas con el que hacer nacional, como la agricultura, la ganadería, el comercio y la artesanía.

En 1960 la Dirección General de Educación cambia de nombre y pasa a llamarse “Dirección de Educación Profesional” con funciones en el mundo Técnico Profesional, tales como supervisar la actividad y mantener vínculos con egresados y empresas. A partir de estos cambios se fija el Reglamento General de la Educación Técnico Profesional en el año 1962.

Es en la Ley Decreto ley N° 220 del 18 de Mayo de 1998 que se establece claramente los objetivos de la educación Profesional y se deja explícito su relación con el mundo productivo y su vínculo con el desarrollo social y económico del país. *“Formar Recursos Humanos calificados de nivel medio, para atender a las áreas de servicios y productivas que requiere el desarrollo socioeconómicos del país”* La EMTP en nuestro país está compuesta en su estructura básica por cinco ramas: (Comercial; Industrial; Técnica; Agrícola y Marítima)

En nuestro país existe un amplio número de establecimientos Técnico Profesionales que aportan claramente al conocimiento específico de un sin fin de actividades productivas, las cuales no hacen otra cosa que preparar la maquinaria que debiera mover al país. Según MINEDUC. *“Los lineamientos de política de enseñanza media está orientada a mejorar la calidad de la educación para todas y todos los jóvenes estudiantes, busca alcanzar mejores aprendizajes, expresados en trayectorias educativas que permitan su progreso para la continuidad de estudios y la adecuada inserción social, ciudadana y laboral”* DIPLAP – MINEDUC

Los establecimientos de EMTP se rigen por D.F.L. N°2; también existen los dependientes de corporaciones privadas los cuales en forma particular se rigen por el D.L. N°3.166, es importante mencionar que si bien existen especializaciones donde existe un predominancia de género por razones culturales, sociales o bien laborales no existe distinción de género en el ingreso y matrículas de estos establecimientos, pudiendo en ellos ingresar de igual forma tanto hombres como mujeres

Es relevante lo señalado por Castro quien indica en relación con los objetivos de la EMTP actual, *“El objetivo era diseñar una formación técnica amplia y flexible, más acorde con las estructuras laborales postfordistas que emergían en el país, lo que se oponía al mo-*

delo imperante que se basaba en entregar una formación muy especializada que buscaba un ingreso temprano al trabajo". (Castro & Orellana, 2010)

Valoración de la EMTP.

La valorización de la EMTP es múltiple y variada. Se dice, desde que es el motor que mueve a un país en desarrollo, hasta la constante frase que menciona, que un país en desarrollo necesita mayor cantidad de técnicos en desmedro de los profesionales. A esto le podemos sumar que según el coordinador de Formación Técnica del Programa Chile Califica de los ministerios de Economía, Educación y Trabajo, Martín Miranda, *"hoy los estudiantes y las familias evalúan la EMTP, como una educación más motivante y significativa y porque además posibilita la inmediata inserción laboral de los estudiantes"*.

Sumándose a la importancia que sabemos tiene en un país la EMTP es necesario que esta sea oportuna, pertinente y de calidad. Por ende cualquier sea la intervención, o bien, propuesta que en nombre de ella se haga, debe incluir a todos los actores intervinientes en ellas. Si bien la problemática de la EMTP ha existido siempre, está a mudado, ha cambiado de tópico, por ende si en el siglo pasado fue la cantidad de establecimientos como señala Véliz *"Así como en este país de agricultores sólo hubo siete escuelas fiscales que formarían jóvenes para ser más eficientes en tareas del campo. En este país de mineros, en 1909, sólo existían tres Escuelas Prácticas de Minería"*. (Véliz, 1965) hoy en día deja de ser el problema la cobertura y se muda hacia otros vectores, como la pertinencia o la claridad, entre otros.

Desarrollo Cognitivo y Decisión

Los establecimientos de EMTP que existen en nuestra región, aportan claramente al conocimiento específico de un sin fin de actividades productivas relacionadas con el que-hacer local, este conocimiento específico, si bien es altamente necesario, podríamos decir que a su vez es altamente "racionalizador" del saber, ya que a tan temprana edad actúa como un conjunto cerrado en el cual solo existe un acotado y definido número de componentes funcionales y afines con el "saber hacer" que se saltan u omiten el "saber y el ser".

Es delicado pensar que menores de 15 años pertenecientes en la mayoría de los casos a los quintiles más bajo de la sociedad, con altos grados de vulnerabilidad, tenga que elegir su futuro laboral a tan temprana edad, en contraste con otros que lo hacen a partir de los 18 años he incluso más tarde cursando bachilleratos en los primeros años de universidad. Si bien no se desconoce el aporte realizado por los establecimientos de EMTP que en muchos casos son el único punto visible para intentar salir del entorno que los rodea, es desventajoso, por decirlo menos, someterlos a un momento decisonal de tanta relevancia

para ellos y que supone un nivel de alta tensión, ante lo cual es válido preguntarse: ¿Qué?, ¿Por qué?, ¿Para quién? y ¿Para que? están decidiendo ellos. Tanto es el trasfondo de la decisión adolescente sobre una profesión o futuro laboral que no es menor exponer lo descrito por Feldman en un extracto menciona la diversidad de pensamientos, actitudes y situaciones que convergen en un individuo (adolescente) que llevarlos a pensar en una decisión tan gravitante parece desmesurado,

“Aunque un grupo de chicos no se conocen, comparten angustias comunes de la adolescencia: inquietudes relacionadas con amigos, padres, apariencia, independencia y su futuro... la adolescencia es un periodo crucial. Se trata de un lapso con cambios profundos y en ocasiones confusión. Se suceden cambios biológicos considerables cuando los adolescentes alcanzan la madurez sexual y física. Al mismo tiempo, y, rivales de estos cambios, ocurren importantes modificaciones sociales, emocionales y cognitivas cuando los adolescentes luchan por independencias y se encamian a la edad adulta” (Feldman, 2006).

Desarrollo Psicosocial y Decisión.

Sumando antecedentes para la investigación y el cuestionamiento del mismo, es válido mencionar otro punto de relevancia para el desarrollo del adolescente y su momento decisional, como lo es el desarrollo cognitivo del individuo. Sabido es que es muy distinto el desarrollo cognitivo de un pre-adolescente, un adolescente y un adulto. Por ejemplo, para el psicólogo Lawrence Kohlberg, los individuos pasan por una serie de etapas de evolución de su sentido de justicia, y por ende del tipo de razonamiento por el cual realizan juicios o bien toman decisiones, según Kohlberg *“los pre-adolescentes suelen pensar en términos de reglas concretas e invariables (robar siempre está mal o me castigarán si robara) o en términos de reglas de la sociedad (las personas buenas no roban o ¿Qué pasaría si todos robaran?)”*. (Kohlberg, 1984). Por ende un menor de 15 años, está en medio de su desarrollo cognitivo, aún no ha alcanzado su nivel pleno, si bien esta teoría del comportamiento moral habla de tres niveles de moralidad para un individuo, está, tiene matices y ejerce una elevada influencia en este tema. Pero aun así Kohlberg señala que un grupo minoritario de adultos alcanza el nivel 3 *“Nivel 3 de Moralidad: Moralidad pos-convencional, en este nivel, las personas emplean principios morales que se consideran más generales que los de cualquier sociedad en particular”* (Kohlberg, 1984).

No es raro en la adolescencia preguntarse *¿Quién soy?, ¿Cómo encajo en el mundo? O bien ¿De qué se trata la vida?* Es en esta etapa donde los jóvenes intentan encontrar un lugar en la sociedad, búsqueda que en muchos casos no tiene claro su fecha de término. Esta búsqueda claramente los puede llevar en varios caminos en los cuales debieran tener retorno en este periodo de exploración. Según la teoría del desarrollo psicosocial de Erik-

son se destaca la búsqueda constante de la identidad durante la adolescencia, el desarrollo psicosocial implica el cambio de la comprensión que las personas tienen de sí misma, de los demás y del mundo que los rodea. Según Erikson, las personas atraviesan por 8 etapas de desarrollo psicosocial a lo largo de su vida.

Imaginario Social.

La imaginación es el origen de lo que puede ser figurado, pensado, representado, deseado y en relación a lo cual se despliegan los afectos y la construcción de nuestro entorno y “realidad”. En el imaginario podemos identificar dos dominios incoercibles, de los cuales nacen dos fuentes del mismo:

- La psique, de la cual se desprende la imaginación radical.
- El dominio histórico social, del cual se desprende el imaginario social.

Desde la imaginación radical se observa la capacidad de la psique de construir incesantes representaciones, intenciones, deseos y afectos, que se producen una seguridad, que no está en lugar de nada, ni es delegada de nadie. Es radical porque alude a la raíz, a la fuente de la creación. Para la psique lo que “es”, es producido por la imaginación radical.

Desde el dominio histórico-social sobresale el imaginario social y su construcción colectiva, pero desde el individuo, por medio de la construcción y desarrollo de este imaginario social se constituyen las producciones de sentido, sistemas de significación social, por medio del cual se mantiene cohesionada a la sociedad, para lo cual es vital la institución de normas, valores y concepciones que hacen que una sociedad sea visualizada como una unidad. Dentro del imaginario social, Castoriadis distingue dos dimensiones: el imaginario radical y el imaginario efectivo. El imaginario radical “*es la capacidad de hacer surgir como imagen algo que no es*” (Castoriadis, 1983, pág. 220).

Objetivos.

Objetivos Generales

Interpretar y construir el imaginario de los estudiantes de la modalidad de EMTP en relación a las motivaciones, expectativas, proyecciones y campo ocupacional, al momento de optar por esta modalidad de estudios, desde el discurso de los actores.

Objetivos Específicos.

- Categorizar cuáles son las motivaciones y expectativas que tienen los estudiantes de la EMTP con la elección de esta modalidad y la configuración que adopta el imaginario social en este proceso de elección.
- Caracterizar las principales proyecciones y campos ocupacionales de los estudiantes de la modalidad EMTP y su construcción por medio del imaginario social.
- Analizar y categorizar los momentos decisivos y agentes interventores, que contribuyen a la elección de los estudiantes sobre la modalidad EMTP y una posterior especialización, estableciendo la o las acciones que ejercen los agentes tanto internos como externos en este proceso.
- Describir la especificidad de las creaciones de sentido de los estudiantes pertenecientes a la modalidad EMTP en torno a la educación y el ámbito laboral-empresarial.

Metodología

a. Lineamientos Metodológicos.

Estos deben ser acordes y coherentes con las premisas asumidas desde el momento en el cual se posiciona al imaginario histórico-social y discurso como la línea transversal del desarrollo y análisis de los participantes de este caso de estudio. En estos lineamientos metodológicos se debe asumir una continuidad y convergencia entre aquellas y los lineamientos epistemológicos, trabajando desde la perspectiva foucaultiana la convergencia y continuidad entre la metodología y la epistemología. Dentro de los principales lineamientos metodológicos que sostienen al presente estudio podemos señalar:

- La búsqueda de un análisis no representacionista: Por medio de este método se busca dar cuenta de lo real, de manera emancipada del investigador y el discurso que tenga cargado en su disco duro creando con ello una institución del imaginario social. Según Castoriadis. “no hay, pues, ni metodología en sentido estricto, ni posibilidad de demostrar rigurosamente algo” (Castoriadis, 2004 pág. 34). Esto en relación al imaginario histórico-social.
- El sujeto como función del discurso: Debemos relevar, y por ende, dejar de manifiesto el lugar que se le otorga al sujeto en la construcción y producción de la configuración de la realidad que se hará en el estudio, para Castoriadis, si bien no hay ningún medio o método para encontrar lo que es el núcleo de lo verdadero, e incluso si se encuentra, nunca podría demostrarse que lo es, para el caso a investigar y para cualquier indagación que se realice independiente de la línea metodológica nunca podremos obtener la verdad absoluta y siempre debemos considerar que es la visión de uno o más sujetos.

- La caja de herramientas y su funcionalidad: Para la construcción de esta investigación se contempla un análisis del discurso, ante ello es necesario incluir y analizar los lineamientos desarrollados por Foucault, quien se diferencia de los analistas tradicionales del discurso por medio de la concepción y significancia que este hace de lo que se entiende por discurso. Los cuatro principios básicos de la Caja de herramientas según Foucault:

- Principio de Trastocamiento.
- Principio de Discontinuidad.
- Principio de Especificidad.
- Principio de Exterioridad.

b. Diseño Metodológico

Según los objetivos planteados para la presente investigación y las implicancias sociales que en ella se alcanzan, se ha optado por un diseño metodológico transversal a las visiones tanto micro como macro del fenómeno social a investigar como lo es la EMTP, específicamente la relacionada con el eje productivo del turismo. Para lo cual se ha considerado por una parte la aplicación de entrevistas a sujetos con una heterogeneidad de pensamientos y discurso de modo de encarnar a las distintas voces que intervienen en el mundo educacional en el cual se intervendrá y que construyen de una u otra forma el imaginario social entorno a la EMTP.

A modo de profundización y triangulación se incluirá el análisis de documentación formal, institucional y oficial que delimitan las políticas relacionadas con la EMTP, con esto se hace alusión particularmente aquellos documentos provenientes de organismos internacionales pertinentes, del ministerio de educación de Chile, el programa Chile Califica y de la institución en la cual se realizara la investigación.

- **Rapport:**

Es vital para el éxito de esta intervención efectuar un adecuado contacto previo o acercamiento con las partes y su ambiente, de modo de no actuar como un agente externo al cual hay que entregarle información sin saber ¿para qué?, ni ¿Por qué? Se busca en primera instancia con contactos que faciliten los procesos posteriores tanto con los sujetos usuarios de la modalidad como con el gobierno o bien los entes jerárquicos del mismo. Para esta investigación se establece como contacto previo una línea de tiempo de 1 mes en el cual se realizarán para todos los grupos las siguientes actividades:

- Presentaciones formales del proyecto.
- Acercamiento con los posibles entrevistados.
- Entrega de carta Gantt.
- Presentación de los instrumentos.
- Discusión de los resultados esperados con la aplicación de los instrumentos.

- **Observación:**

En este apartado se busca principalmente consolidar los lazos creados con el rapport y descubrir los nudos emergentes del discurso que no han sido establecidos anteriormente.

- **Entrevista:**

Utilizar las entrevistas como un eje metodológico se debe principalmente a los objetivos planteados, principalmente el objetivo general que dice relación con: Realizar un diagnóstico tendiente a Identificar la subjetividad de las motivaciones, expectativas, las proyecciones y campo ocupacional de los estudiantes de la modalidad de EMTP a través de la construcción del imaginario social en torno a esta modalidad. En esta línea los objetivos de forma transversal buscan indagar en las percepciones, expectativas y proyecciones del alumnado de la modalidad de EMTP, por medio de estas se busca relevar el vínculo existente entre la subjetividad, las políticas y las contingencias educacionales, para de esta forma dar cuenta de un diagnóstico por medio del imaginario social.

A su vez al estar inmerso en el mundo de la EMTP, en particular en el caso del establecimiento INSAT, implica entender y aceptar relaciones de poder, donde por ende uno de sus objetos es la subjetividad y es en ellos donde el poder y las pugnas por el mismo nacen y se llevan a la sociedad “real”. Es más que seguro que un joven de 14 o 15 años no haya leído en su vida un texto oficial relacionados con las políticas de la modalidad EMTP o de la visión-misión de su establecimiento, pero claramente vive y convive con estas políticas.

I. Criterios para la elección de los sujetos:

Según lo expuesto con anterioridad en relación a la construcción del imaginario y considerando que este por ningún motivo pretende establecer verdades absolutas, ni líneas representativas de esta realidad. Al establecer los criterios de selección de los sujetos para las entrevistas se debe dejar en claro que estos no responden a una búsqueda de objetividad, ni de la neutralidad de otros estudios, porque estos desde la perspectiva epistemológica de la metodología expuesta sería una mentira y de una contrariedad difícil de salvar y por el contrario se busca relevar la pluralidad de matices que construyen un imaginario social del cual son partes los sujetos a entrevistar.

Centrarse de forma única y omnipresente en los discursos que emanan desde la modalidad EMTP, sería asumir que ella emerge y se instaure en la sociedad de forma espontánea y aislada a otros discursos, esto sería incurrir en otro error vital para esta propuesta metodológica, ya que son las diferencias y objeciones las que permiten dar fondo y forma al imaginario de la EMTP. Los criterios para la selección de los sujetos son variados, pero siempre deben mantener una tangente que una con la EMTP:

- Jóvenes de EMTP, ya que básicamente es esta la modalidad en la que se enmarca los estudiantes de la especialidad. Se busca intencionar las entrevistas en aquellos sujetos que en hubiesen podido optar por ambas (formación humanista o EMTP) alternativas en algún momento de la elección.
- Jóvenes de ambos géneros, buscando la paridad y la equidad de género, asumiendo con ello la importancia que tienen la equidad de género y la empleabilidad de la mujer en la actividad turística.
- Estudiantes del INSAT Valdivia de la especialidad de turismo.
- Informantes claves tales como: apoderados, profesores y empresarios vinculados. Los cuales tienen una participación implícita en la configuración del imaginario social, materializando una serie de prácticas y códigos.
- Autoridades y agentes del sistema político.

Considerando los criterios anteriores, los sujetos a entrevistar son los siguientes:

- 15 alumnos de EMTP del INSAT, Valdivia.(3° medio especialidad Turismo). De los cuales 8 son mujeres y 7 son hombres.
- 3 Profesores de EMTP, del INSAT, Valdivia. (Especialidad Turismo)
- 3 Apoderados
- 4 Sujetos del ámbito productivo
- 1 Sujeto de representatividad de las políticas públicas.

II. Estructura de las entrevistas:

Para ella existe una estructura la cual si bien no es rígida permite espacios para los discursos y voces emergentes, contiene directrices que permiten tener lineamientos que conduzcan a la coherencia con los objetivos del estudio y permitan desarrollar un aná-

lisis adecuado del modelo EMTP, y es por este motivo que se opta por una entrevista semi-estructurada, con preguntas definidas, según área de pertenencia y sujetos que se entrevistara, las cuales serán recogidas en una pauta determinada.

III. Análisis de las entrevistas:

A partir del llamado “giro lingüístico” de la década de los 60 y que según numerosos autores, comenzó dicho giro a comienzos del siglo XIX, cuando efectivamente el lenguaje pasa a ser objeto de estudio en múltiples disciplinas. Es a partir de este hecho que se realiza un nuevo tratamiento metodológico a los procesos discursivos con la construcción de nuevas formas de análisis, planteando maneras alternativas a las metodologías clásicas de carácter positivistas. Buscando por sobre todo caer en reducciones y positivismos que aproximen a un análisis cualitativo de calidad.

El abordaje del análisis de las entrevistas, busca salvar las dificultades metodológicas que se exponen anteriormente y que por medio de las posibles soluciones que se desprenden del abordaje metodológico se busca la aportación y generación de conocimientos emergentes y coherentes para la investigación.

Considerando lo anterior, el análisis de las entrevistas, supone las siguientes etapas:

A. Etapa “0” agrupación de discursiva.

Según los objetivos específicos y la producción discursiva de los sujetos a entrevistar, se identifican ciertos nudos discursivos, los cuales están preestablecidos, lo cual no indica que ante la emergencia de nuevos nudos estos no sean incluidos a posteriori, esta agrupación será realizada en coherencia a las áreas de estructuración de las entrevistas, pudiendo establecer las siguientes agrupaciones basales.

- Elección modalidad.
- Elección especialización.
- Motivaciones y expectativas.
- Proyecciones y campo laboral.
- Futuro laboral.
- Identidad del yo.

De forma emergente es posible que nazcan nuevas agrupaciones descolgadas desde el discurso de las partes.

B. Etapa “inicio” Análisis del discurso

Es importante recordar que lo que los sujetos dicen es el resultado de un proceso más largo de análisis y se anexa de mejor forma con el discurso que con su origen. Y a su vez da cuenta que aquello que puede ser dicho bajo contextos determinados y enmarcado en un discurso situacional.

V. Resultados Preliminares

Tomando en consideración el estudio de caso y la muestra se observa los principales resultados son:

Elección modalidad:

- 90% por el título (algo con que contar al cabo de la enseñanza media)
- 40% por fácil (Crear o asumir que esta modalidad es menos complicada y exigente)
- 25% por desconocimiento (No haberse informado de otras opciones)
- 25% por vocación (el interés hacia el área de acción de la especialidad)

Interventores en la decisión:

- 100% Propia (no se reconoce la influencia de los interventores)
- 90% Pensada el grupo familiar (si bien deciden ellos, lo hacen pensando en otros)
- 30% Pensando en amigos (opiniones, gusto o preferencia de sus grupos de referencia)

Expectativas, Proyecciones y campo laboral:

- 100% Trabajo estable (ya sea dentro o fuera del área)
- 80% con trabajo en el área (se cree en la fácil inserción laboral)
- 60% Negocio Propio (Se cree en un empleo autogestionado)
- 20% con trabajo fuera del área (creen que será difícil encontrar trabajo rápidamente)
- 20% Pre-U (Un grupo minoritario quiere continuar estudios superiores)
- 7% Estudiando Turismo (Deseo de continuidad de estudios superiores en el área)

Afirmaciones relevantes

- 100% Mejor preparados para el mundo laboral (La totalidad cree tener más y mejores herramientas para la vida laboral)
- 80% no les mostraron otras opciones (ni colegios de origen ni padres)
- 60% bajas calificaciones (Las bajas calificaciones le hacen optar por los establecimientos de EMTP)

VI. Conclusiones

Basadas en los avances de la investigación la podemos agrupar la conclusión en 3 aristas de trascendencia, asociados a los fines de la investigación:

Motivación: Esta está dada principalmente por el hecho de salir con un “título” y no quedar sin herramientas como ellos mismos mencionan, también se observan en este estudio, que al ellos “saber”, por sus fuentes de información (estudiantes del liceo) que esta modalidad de enseñanza se aleja de las matemáticas o las ciencias básicas la ven como un modelo de educación más abordable. Finalmente para el estudio en el ámbito de la motivación también aparece como relevante el hecho de la información previa que se tiene del establecimiento de EMTP. Les ayuda a tomar la decisión trascendente en un momento de cambios “vitales” como lo es la adolescencia.

Agentes intervinientes en la elección: para los alumnos entrevistados, en su mayoría aseguran haber tomados la decisión por ellos mismo y que no influyen directamente los padres o amigos en esta decisión, pero sin embargo, se valora altamente la opinión de los padres o del grupo familiar en el afán de contribuir con esta elección a una “mejora” social y económica del grupo. Paralelamente se menciona lo importante que son las vivistas que se realizan por parte de alumnos y representantes del establecimiento de EMTP a sus colegios de origen. Por último la presión social o lo que se entiende por lo “normal” dentro de sus colegios de origen dicta relación que son los establecimientos de EMTP a los “Liceos” que estos alumnos pueden postular y según lo comentado por los entrevistados son muy pocos o casi nulos los estudiantes que se matriculan los Colegios Científico Humanistas.

Expectativas y proyecciones: Si bien en la mayoría se observa y describe el deseo de perfeccionamiento o bien continuar estudios asociados con la profesión a la cual le conduce la modalidad, la universidad no se encuentra es su horizonte cercano y dentro de esta construcción de imaginario se busca casi como mantra de vida el mejorar las condiciones de vida de su grupo familiar y el de ellos.

Bibliografía

Arzola, o. (1993). Estudio de seguimiento a alumnos egresados de EMTP. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Blas, F. d., & Planells (2009, pág. 160). Retos actuales de la Educación Técnico-Profesional. Madrid: Fundación Santillana.

Brunner, J. (2000). Globalización y Futuro de la Educación: Tendencias, Desafíos y Estrategia: Seminario sobre Prospectvas de la Educación en América Latina y el Caribe . Santiago, Chile 123-156

Castro, E., y Orellana, W. (2010). La Educación Media Técnico Profesional en Chile: Entre la Desarticulación y La Indefinición . Osorno, Chile: Edit. Intersecciones Educativas U. de los Lagos.

Cuba, E. (1981, pág. 104). Criterios de credibilidad en la investigación naturista. Madrid: Akal.

De-Waall, F. (1991). Good Nature: The Origins of Right and Wrong in Humans and Animal. Inland :Edit. Journal of Personality and Social Psychology, Vol 101.

Durkheim, E. (2000). Educación y Sociología. MexicoDF:Edit. Colofon.

Feldman, R. (2006). Psicología con Aplicaciones en Países de Habla Hispana. Mexico DF: Edit. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Foucault, M. (2005, pág. 39). La arqueología del Saber. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.

Miranda, M. (2003). Transformación de la Educación Media Técnico-Profesional, Políticas Educativas en el Cambio de Siglo. La Reforma del Sistema Escolar de Chile. Santiagode Chile: Edit. Editorial Universitaria.

Sepúlveda, L., Ugalde, P., & Campos, F. (2008). La enseñanaza Media técnico profesional en Chile: Orientaciones desde la perspectiva de sus actores. Santiago: Centro de Investigación y desarrollo de la Educación, CIDE Universidad Alberto Hurtado.

Véliz, C. (1965). Obstáculos Para el Cambio en América Latina. Santiago de Chile: Edit. Universitaria.

Pino Batory, Martín (2003). “Nuestra Cultura Tecnológica, Desde sus Orígenes Hasta Fines del siglo XIX”. Santiago de Chile: Edit. Editorial Universidad.

Carrillo, Jorge y Iranzo, Consuelo (2001). "Calificación y Competencias Laborales en América Latina". En: De la Garza, E. (Coord.), Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo: México DF: Edit. El Colegio de México.

Gordon, J.M. (1999). "Genetic Enhancement in Humans" McGee, Vol. 283, pp 18-76

Brendgen, M., Vitaro, F. y Bukowsky, W. M. (2000). Stability and Variability of Adolescents Affiliation with Delinquent Friends: Predictors and consequences. Social Development, 9, pp 205-225.

Fields-Meyer, T.(1999). The Whiz kids. People, pp.59-63.

Kohlberg, L. (1984) The Psychology of Moral Development: Essays on Moral Development. San Francisco USA: Vol. 2.Edit. Harper & Row.

Análisis de los resultados obtenidos en hoteles de Bogotá, a partir de la implementación de la norma NTS-TS 002¹

Analysis of the results obtained in Bogotá hotels, from the implementation of the standard NTS-TS 002

Martha Cecilia Aldana Ortiz²

Alfonso Rafael Escobar Nieves³

Resumen

En este documento se abordará la Norma Técnica Sectorial NTS – TS 002 cuyo objetivo esencial es especificar los requisitos de sostenibilidad para establecimientos de alojamiento y hospedaje.

La problemática consiste en que se desconoce cuáles han sido las consecuencias de la implementación de la norma.

Esta investigación busca evidenciar la valoración económica, socio-cultural y ambiental de la implementación de la norma en los 31 establecimientos de alojamiento y hospedaje certificados, según información emitida por el Viceministerio de turismo en agosto de 2013.

La metodología consistió en 3 fases. En la primera fase se realizó la recolección de la información de fuentes primarias y secundarias. En la segunda fase se estableció el muestreo y fueron seleccionados 22 (EAH) establecimientos de alojamiento y hospedaje que fueron caracterizados. En la tercera fase se aplicó un cuestionario para evidenciar la valoración de la Norma Técnica Sectorial (NTS) – TS 002 y se analizaron los resultados encontrados.

Los resultados indicaron que la mayor valoración en los requisitos de sostenibilidad de la norma, han sido la disminución en el consumo de los servicios de agua y energía y por ende sus costos asociados.

Palabras clave: normas técnicas sectoriales, impacto, sostenibilidad hotelera.

1 Artículo de resultados del proyecto de investigación “IMPACTO DE LA NORMA NTS-TS 002 EN TERMINOS DE SOSTENIBILIDAD EN HOTELES DE BOGOTA”, de la Fundación Universidad los Libertadores- Programa de Administración Turística y Hotelera.

2 Investigadora principal: Martha Cecilia Aldana Ortiz, Profesional en Administración Turística y Hotelera, Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria. Candidata a Maestría en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. Correo: mcaldanao@libertadores.edu.co / Coinvestigador: Alfonso Rafael Escobar, Docente Investigador Fundación Universitaria los Libertadores.

3 Sc. Docente investigador. Programa administración Turística y Hotelera Fundación Universitaria Los Libertadores Correo: arecobarn@libertadores.edu.co.

Abstract

In this document, Sectorial Technical Standard NTS will be addressed - TS 002, whose main objective is to specify the requirements of environmental, and lodging sustainability.

The problem is that it is not known what were the consequences of the implementation of the standard.

The main objective of this research is to demonstrate the socio-economic, cultural and environmental impact of the implementation of the rule in 31 local accommodation and lodging certificates.

The methodology used consisted of 3 phases. In the first phase of collecting information from primary and secondary sources was conducted. In the second phase the sampling was established and 22 were selected (EAH) accommodation establishments were characterized. In the third phase, a questionnaire was used to demonstrate the impact of the NTS standard - TS 002 and the results were analyzed.

The results indicated that the greatest economic and environmental impact has been the reduction in the consumption of water and energy and thus their associated costs.

Keywords: sectorial technical standards, impact, sustainability hotel

INTRODUCCION

En el contexto de la implementación de la norma NTS TS – 002 en los establecimientos de alojamiento y hospedaje, se pretende satisfacer una demanda turística exigente, mejor informada, creando la cultura de la excelencia en la prestación de servicios turísticos, atendiendo las necesidades de mejoramiento de la calidad de una oferta turística y bajo un enfoque de turismo sostenible. La implementación de las normas puede constituirla como herramienta de promoción y reconocimiento para diferenciar y mejorar la imagen de los servicios turísticos prestados, con respecto a otros establecimientos, promoviendo el cambio hacia la oferta de productos ambientalmente amigables y facilitando el acceso al mercado.

Algunos hoteleros no ven oportunidades al aplicar la norma de sostenibilidad en sus hoteles pero según Pertuz “La preservación del medio ambiente no se opone al desarrollo económico de nuestra colectividad; antes por el contrario, esta preservación nos hace más competitivos y es la única garantía de un desarrollo verdadero. En éste sentido es importante que entre las estrategias que utilizan los hoteles en aplicación de normas de sostenibilidad, las primeras actuaciones se encuentran en la adopción de una política de compras verde, el uso eficiente de las materias primas, la asunción de medidas para reducir el consumo total de energía y el fomento del uso de la energía renovable, la disminución de la contaminación del aire y del suelo y la causada por el ruido, la iluminación, etc., así como la reducción del consumo de agua (Milanés, Ortega, Pérez, 2011).

Según Confecámaras (2014), existen 1.342 establecimientos de alojamiento y hospedaje registrados; de estos solo 685 tienen Registro Nacional de Turismo. En agosto de 2013, 31 establecimientos estaban certificados en la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 002 (Viceministerio de Turismo, 2013). Cada vez más un turismo exitoso tiene que estar insertado en un medio ambiente apropiado, que forma parte de las exigencias del cliente y desarrollarse sin agredirlo o deteriorarlo (Canadell, Suárez, y Vega, 2006).

La norma técnica sectorial está enmarcada dentro de la calidad turística en Colombia, en documentos como el Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2010 “Estado Comunitario: Desarrollo para todos, el Plan Sectorial de Turismo 2007 – 2010: “Colombia destino de clase mundial”, la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo), en la construcción de la visión 2020 de turismo, en el Plan sectorial de turismo 2011-2014 “Turismo factor de Prosperidad para Colombia”, el Plan de Gestión Ambiental del Distrito Capital 2008 – 2038, de la Secretaria Distrital de Ambiente y en programas como el de “Calidad y Sostenibilidad Turística” (Instituto Distrital de Turismo, 2009). Estos documentos permiten determinar la valoración ambiental, socio-cultural y económica, de la aplicación de ésta norma de sostenibilidad ambiental en los hoteles de Bogotá.

La investigación busca principalmente evidenciar la valoración en la dimensión económica, socio-cultural y ambiental de la implementación de la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 002, de los establecimientos de alojamiento y hospedaje que estuvieron certificados a agosto de 2013. Se pretende que sea a través de la categorización de los procesos de mejoramiento en estándares de calidad, con base en los requisitos de la norma. También se busca por medio de la identificación del tipo de valoración que han tenido los hoteles certificados, luego de haber implementado la norma NTS – TS 002 en los factores económico, socio-cultural y ambiental.

METODOLOGÍA

La metodología usada consistió en 3 fases. En la primera fase se realizó la recolección de la información de fuentes primarias y secundarias. En la segunda fase se estableció que la población de estudio se compone por 31 establecimientos de alojamiento y hospedaje, que estaban certificados en la norma a agosto de 2013. A ésta población se aplicó el 90% de nivel de confianza y se estimó el 5% de error. Con lo anterior se toma una muestra de 22 establecimientos para aplicar el instrumento. En la tercera fase se aplicó un cuestionario para evidenciar la valoración de la norma NTS – TS 002 y se analizaron los resultados encontrados. La investigación es de carácter cualitativo – descriptivo con corte exploratorio y correlacional entre las preguntas realizadas. Debido a la naturaleza de las variables se consideró la correlación de Spearman, Para los aspectos y caracterización se hallaron porcentajes.

Se utilizó un cuestionario con preguntas estructuradas diseñado para el estudio, basado en los requisitos de sostenibilidad para los EAH (Establecimiento de alojamiento y hospedaje) de la norma NTS – TS 002 establecimientos de alojamiento y hospedaje – requisitos de sostenibilidad. No se tuvieron en cuenta el 100% de los requisitos de los niveles alto y básico de sostenibilidad, sino que se tomaron los que se consideraron los más representativos en las dimensiones de tipo ambiental, socio-cultural y Económico. El número de ítems fue de 28, con preguntas abiertas y cerradas. Algunas preguntas tuvieron diseño con base en la escala tipo Likert.

Se validó el cuestionario de la encuesta con el Vicepresidente de Cotelco (Asociación hotelera de Colombia) en el año 2013. Se aplicó la prueba piloto con el aval de la Asociación en cuestión y se ajustaron las observaciones emitidas por los establecimientos hoteleros y de hospedaje que participaron. Para aumentar las posibilidades de que contestaran un mayor número de establecimientos se facilitaron dos modalidades de cuestionario, uno en físico que se aplicó en citas previas y otro en digital. Se recogieron cuestionarios con preguntas estructuradas durante los meses de abril y mayo de 2014.

Hasta el momento que se empezó a trabajar éste proyecto la norma era de carácter voluntario. A partir de la ley 1558 de 2012 se especificó la obligatoriedad de la norma, por ello se espera que en una futura investigación la muestra sea más representativa.

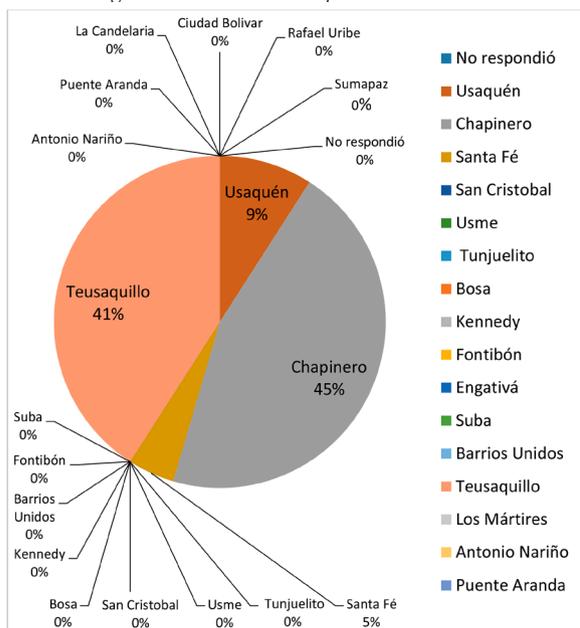
RESULTADOS

Dentro de estos resultados encontramos las características de los hoteles donde se examinan los descriptivos generales que arrojan los resultados a partir del diseño de un cuestionario con preguntas estructuradas en cuanto a caracterización general de los hoteles, valoración de los aspectos ambientales, valoración de los aspectos socio – culturales, valoración de los aspectos económicos.

1. Caracterización general de los hoteles:

Respecto a la localidad y la categoría del hotel, según el número de estrellas de los hoteles encuestados, se evidencia que tal y como se muestra en la figura 1 la localidad donde más se encuestaron hoteles fue Chapinero (45%) seguida por la de Teusaquillo (41%). Esto se debe a que la localidad de Chapinero en el año 2008, se destacó porque inició el proceso de certificación de un número importante de EAH y finalmente 19 obtuvieron la certificación en la norma.

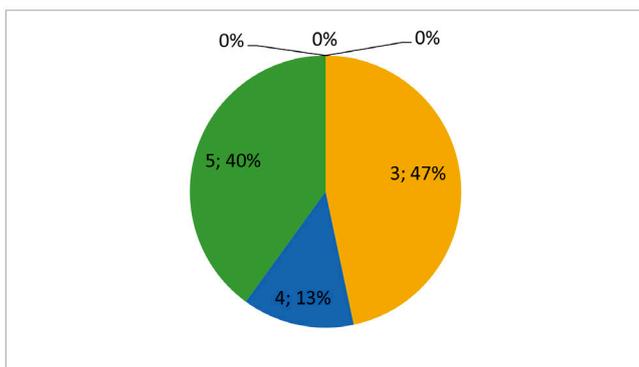
Figura 1. Localidad en la que está ubicado



Fuente: Elaboración propia

La categorización de los hoteles en la figura No.2 permite observar que esta estuvo conformada por EAH de tres estrellas 47%, cuatro estrellas 13% y cinco estrellas 40%. Se evidencia que los hoteles de mayor categorización propenden por mejorar la calidad en sus procesos, con el objetivo de prestar un mejor servicio en el marco de la sostenibilidad.

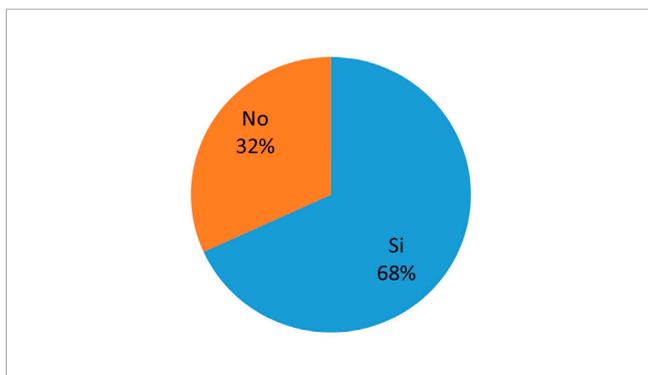
Figura 2. Categoría en la que está certificado



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la figura No. 3 en la se ilustra el conocimiento de la norma **NTS-TS 002** sobre sostenibilidad hotelera que poseen los encuestados, se encontró que el 68% de todos los hoteles conocían la norma, el 32% restante no contestaron completamente el cuestionario, porque los funcionarios indagados afirmaban no conocer directamente los requisitos de la norma, toda vez que manifestaban que la persona que la conocía en el momento de la certificación, por diversas circunstancias, ya no se encontraba laborando en el hotel.

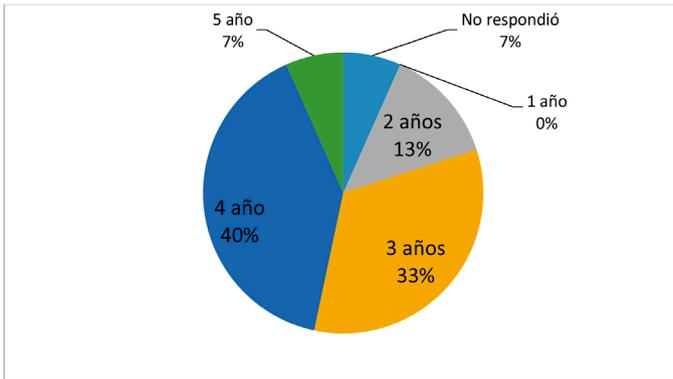
Figura 3. Conocimiento de la norma NTS – TS 002



Fuente: Elaboración propia

La figura No. 4 permite ver que el 80% de los hoteles obtuvieron la certificación hace más de 3 años, como se observa en el cuadro anterior. Lo que significa que ya deben estar en proceso de recertificación. Sin embargo algunos EAH por costos no han iniciado ésta fase.

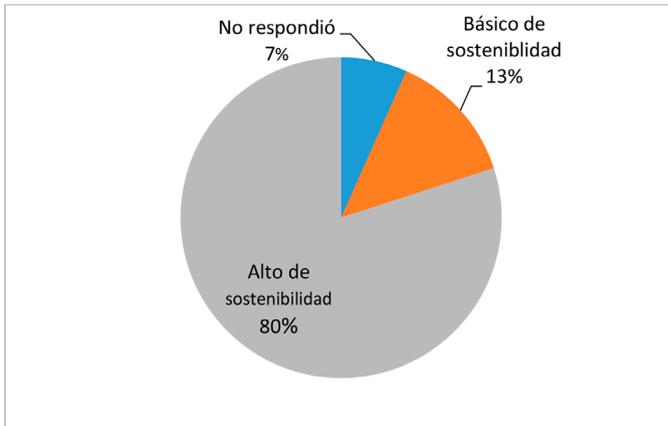
Figura 4. Tiempo en el que lleva certificado



Fuente: Elaboración propia

La norma NTS – TS 002 tiene dos niveles de certificación, no obstante en la figura No. 5 se evidencia que el 80% de los EAH, tienen una certificación alta de sostenibilidad, lo que indica que en el momento de obtener la certificación suelen optar por el nivel más alto.

Figura 5. Nivel en el que está certificado



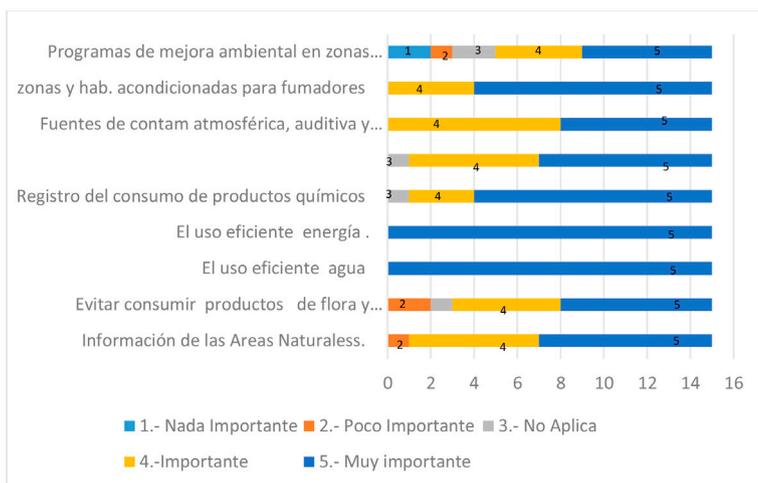
Fuente: Elaboración propia

2. Valoración de los aspectos ambientales

Como se muestra en la figura No. 6, los funcionarios del área de calidad de los EAH diligenciaron la encuesta y valoraron aspectos de tipo ambiental, socio-cultural, económico. La valoración donde 5 correspondía a muy importante, 4 a importante, 3 no aplica, 2 poco importante y 1 nada importante.

Para los requisitos de tipo ambiental se consideraron los siguientes aspectos.

Figura 6. Aspectos ambientales de la norma evaluados



Fuente: Elaboración propia

Aunque todos los requisitos son igual de importantes para los encuestados, el 100% consideran que el mayor impacto se dá en el uso eficiente del agua y energía promovida en huéspedes y empleados.

Para el aspecto sobre programas de mejora local y regional, sobre si se ha generado impacto en el hotel, fue considerado el 31% de los EAH como el menos importante.

Estos items fueron los más destacados como valoración positiva en la aplicación de la norma, ya que si bien la inversión inicial es significativa debido a que se deben comprar artículos que permitan éste propósito, también se destaca que una vez se utilizan, el ahorro es importante en estos dos servicios públicos.

Unos EAH manifestaron que existen algunas dificultades para recoger elementos electrónicos. Para ello el distrito debe velar por que se puedan acceder a más puntos de recolección para estos dispositivos.

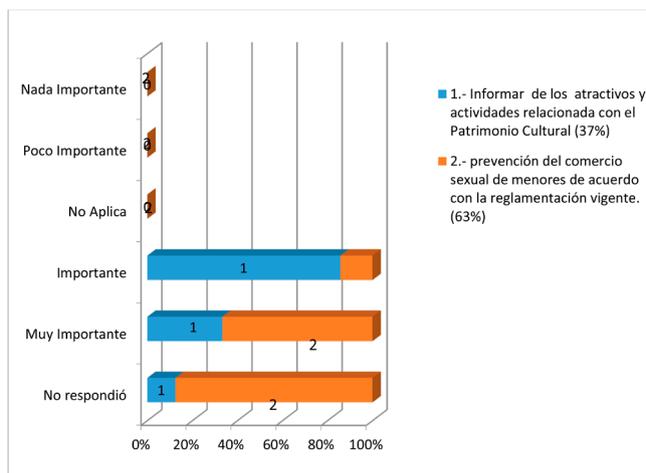
Es incierto para algunos funcionarios de EAH que la selección que se hace internamente de las basuras, siga su proceso una vez la recogen los carros de aseo de la capital.

Los demás ítems dependen de si el hotel está en certificado en un nivel alto o básico de sostenibilidad. En éste sentido algunos hoteles tienen “habladores” en sus habitaciones donde recomiendan al usuario prácticas sostenibles en temas de ahorro de energía, agua, cuidado del medio ambiente etc.

3. Valoración de los aspectos socio-culturales

Se observa que en la figura No. 7, en los requisitos de tipo socio-cultural, se consideraron dos aspectos, los resultados de cada aspecto uno arroja que el 63% de los encuestados considera más importante adelantar acciones de prevención de comercio sexual de menores de acuerdo con la reglamentación vigente. (ley 679 de 2001). Este punto es importante porque el flagelo de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESC-NNA) es un riesgo latente en el desarrollo de la actividad dado que vulnera los derechos de los niños y adolescentes para beneficio comercial de explotadores, en lugares turísticos.

Figura 7. Aspectos socio- culturales evaluados de la norma.



Fuente: Elaboración propia

También cobra importancia contar con información disponible para huéspedes y clientes sobre las medidas de protección y difusión del patrimonio cultural y la prevención del tráfico ilícito de bienes. Tener información de diferentes atractivos de la región. Promover la gastronomía nacional o regional.

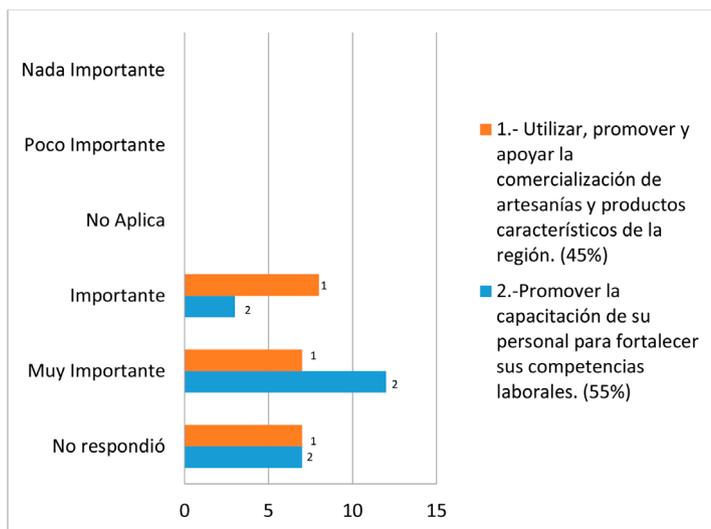
Se encontró que hay inquietud en el tema de la conservación del patrimonio cultural, dado que los EAH deben cumplir con éste ítem pero la preocupación es que observan que no hay una continuidad de mejoramiento por parte del Distrito. Es decir si el EAH arregla un monumento de una plaza pública, como lo pide la norma, lamentablemente a los días siguientes lo vuelven a ver deteriorado y no ven el acompañamiento de las autoridades correspondientes para evitar esto.

Ha sido significativo el hecho que a partir de la norma el EAH debe interactuar en actividades con la comunidad lo que le permite tener un mejor conocimiento del entorno donde está ubicado y aportar en programas sociales en la medida en que se necesite desde su objeto social.

4. Valoración de los aspectos económicos

Para los requisitos de tipo económico se consideraron dos aspectos. Se analiza en la figura No. 8, que el 45% de los establecimientos encuestados, considera que promover la capacitación de su personal, para fortalecer sus competencias laborales, constituyen un conjunto de habilidades, aptitudes y actitudes de las personas que trabajan en el sector hotelero y turístico. Estas permiten ampliar sus capacidades y calidades en el trabajo que desarrollan. En segundo lugar quedó promover y apoyar la comercialización de artesanías, las cuales deben ser exhibidas en las instalaciones del EAH donde exista producción local.

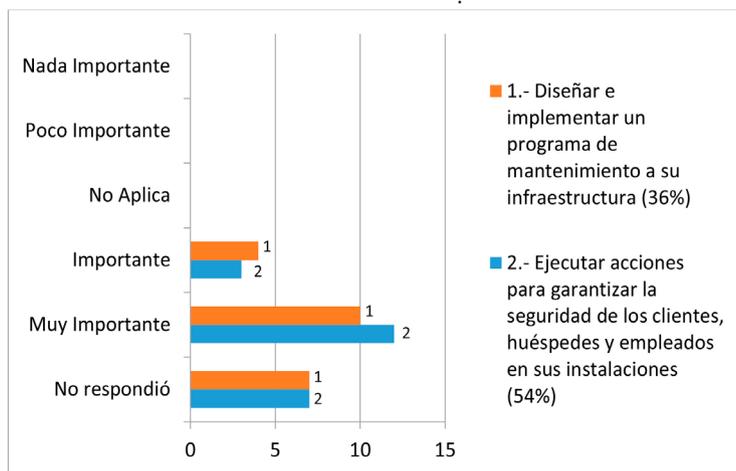
Figura 8. Aspectos Económicos evaluados de la norma



Fuente: Elaboración propia

Para otros requisitos complementarios que denomina la NTS-TS 002, se consideraron dos aspectos. Como se muestra en la figura No. 9, el 54% de los establecimientos encuestados, considera muy importante adelantar acciones para garantizar la seguridad de los clientes, huéspedes y empleados. El 36% manifiesta que es importante contar con un programa de mantenimiento a su infraestructura. Esto se debe a que aunque los dos ítems son igual de importantes en el funcionamiento del hotel, en el momento de implementar la norma prima la seguridad de los huéspedes.

Figura 9. Aspectos de la norma evaluados: requisitos complementarios.

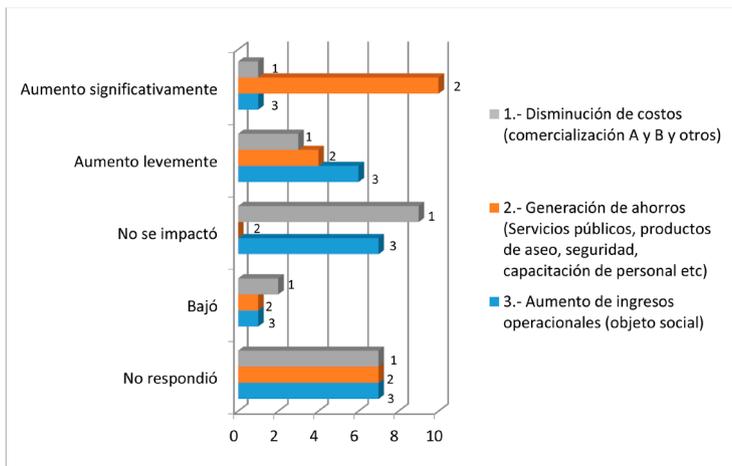


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la valoración económica, como se constata en la figura No. 10, confirma la información aportada por la tabla de contingencia, la generación de ahorros aumento significativamente, los otros dos aspectos considerados no muestran una valoración relevante como consecuencia de la aplicación de la norma. Se ha evidenciado el ahorro de servicios, productos de aseo y por ende el económico. No se ha visto que incida en un aumento de ingresos derivado por acciones que se hayan implementado de la norma.

En éste factor los funcionarios de calidad del hotel consideran que el costo es bastante elevado para certificarse y sobretodo recertificarse. Por ello manifiestan que algunos EAH no les ha interesado implementarla. De hecho el que estos establecimientos no estén acogidos a la norma, no les incide en que hayan decidido adaptar el EAH con artículos ahorradores.

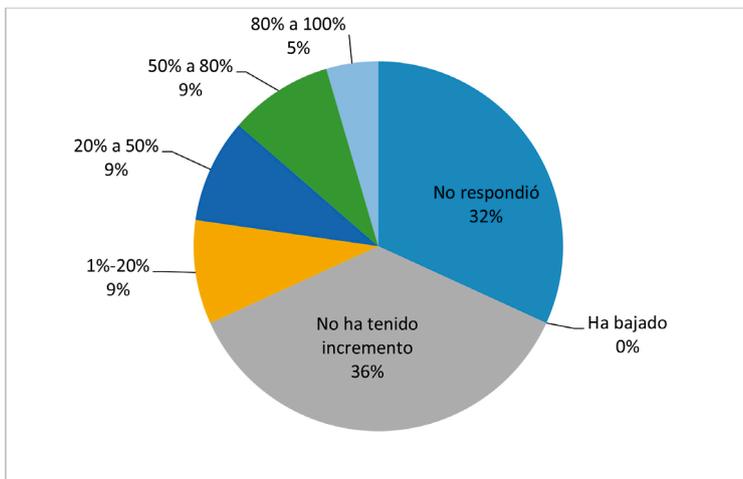
Figura 10. Otras variables económicas evaluadas



Fuente: Elaboración propia

La siguiente pregunta se refiere a la valoración en la ocupación promedio del hotel después de aplicada la norma. Como se observa en la Figura 11, el 36% de los encuestados considera que no ha habido incremento en la ocupación del hotel desde la aplicación de la norma. Es decir no es un factor relevante que haya incidido en su incremento. El 32% restante ha observado algún tipo de aumento en la ocupación del hotel

Figura 11. Comportamiento de la ocupación del hotel, después de aplicada la norma



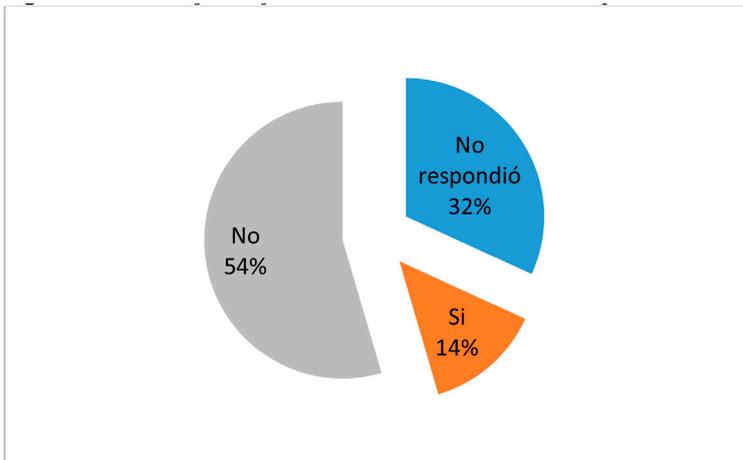
Fuente: Elaboración propia

Se puede advertir en la figura 12, que el 86% de los encuestados no considera que existan ventajas diferenciadoras para el mercadeo del hotel. Por el momento en el país no está posicionada la marca de la certificación, entonces como no se conoce, no tiene una relevancia de diferenciación en el mercado.

Los hoteleros encuestados ven que se debe hacer más promoción de las ventajas de la certificación para que el turista sienta los beneficios de estar alojados en estos establecimientos que cumplen con las normas de sostenibilidad. Este es el punto álgido para los EAH, porque exceptuando algunos clientes procedentes de Europa, la gran mayoría de huéspedes aún no demandan un establecimiento exclusivamente porque esté certificado en sostenibilidad independientemente de la tarifa. Se busca que en un futuro la cifra aumente considerablemente. Esta situación difiere con lo que estipula explícitamente la norma ya que inicialmente se buscaba con ella ser una herramienta de promoción y reconocimiento para diferenciar los servicios con respecto a otros establecimientos.

Los huéspedes podrían estar mejor informados por medio de campañas y especificar cuáles son los beneficios de alojarse en EAH debidamente certificados en normas de sostenibilidad. En éste caso le corresponderían a entes públicos como el Fondo de Promoción Turística (Fontur), el Organismo de Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones (Proexport), el Instituto Distrital de Turismo (IDT) etc.

Figura 12. Ventajas diferenciadoras de mercadeo para el hotel



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Como se puede apreciar en las respuestas y reflexiones obtenidas en el trabajo de campo, el espíritu de la norma NTS – TS 002 ha sido el de atender con calidad las necesidades de una demanda cada vez más exigente e informada, bajo el contexto de un turismo, sin embargo a la fecha aún no se ha reglamentado su incumplimiento. Por consiguiente esto ha incidido en que sólo un 2.3% de los EAH registrados como tal en Bogotá a 2013, se hayan certificado en ésta norma.

En el presente trabajo los resultados arrojan que la mayor valoración positiva a nivel ambiental es el ahorro en el consumo de servicios públicos como el agua y la energía, en insumos de productos de limpieza biodegradables que aunque tienen un mayor costo de compra, se ve representado su ahorro, porque gastan menos productos. En el tema socio-cultural la valoración ha sido en la concientización y cuidado del patrimonio local y regional por parte de la organización de los EAH y que ha incidido en la venta de artesanías dentro de las instalaciones, mantener folletos promocionales de los atractivos, promover la gastronomía local o regional y trabajar con las autoridades locales para la preservación del patrimonio. En el aspecto económico se ha generado ahorros por efectos de disminuir el consumo de servicios públicos, también la inversión ha sido significativa para adecuar las instalaciones a lo que determina la norma.

Se espera que con la certificación los diferencie de otros establecimientos, para que se convierta en atractivo para los clientes que buscan alojamientos sostenibles, independientemente de la ubicación o tarifa. La norma debería ofrecer ventajas diferenciadoras porque están en sintonía con la conservación del medio ambiente, brinda alternativas de alojamiento sostenible para huéspedes que buscan éste tipo de mercado. En éste sentido los encuestados manifestaron, que las entidades públicas turísticas deben hacer una promoción más llamativa a nivel distrital y nacional, para dar a conocer al público las ventajas diferenciadoras de acceder a un establecimiento de alojamiento y hospedaje que esté certificado con ésta norma. Así pues se espera que la certificación genere también un valor agregado para el EAH ya sea por parte de los estamentos públicos o privados, para que su cumplimiento no sea solo formalizar una exigencia, sino que tenga más estímulos. Un ejemplo de ello es que en algunas licitaciones éste tipo de certificados aportan puntos de calificación a favor que influyen en la elección de los servicios por parte del cliente. De hecho envían formularios para evaluar las medidas que se aplican en el EAH específicamente en el tema de la sostenibilidad.

Los EAH consideran que es importante el proceso de actualización que se está adelantando especialmente con respecto a que la norma no debe aplicar lo mismo para un esta-

blecimiento en el sector urbano que a uno que esté ubicado en el sector rural, porque su entorno y necesidades son muy diferentes.

Actualmente Cotelco (Asociación Hotelera de Colombia) y el IDT (Instituto Distrital de Turismo) han llevado a cabo capacitaciones para que los EAH gradualmente vayan implementado las políticas de sostenibilidad, antes que el Viceministerio de Turismo empiece a regular su incumplimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Canadell, J., Suárez, L., y Vega, V. (2006). Valoración económica de mejoras ambientales en instalaciones hoteleras de Cuba: una propuesta de modelización. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=029c2497553a441a8e36710d964d03fa%40sessionmgr111&vid=4&hid=124>

Confecámaras (2014). Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado el 6 de mayo de 2014 en <http://rntbogota.confecamaras.co/establecimientos?pagina=68>

COTELCO Presidencia de la República. (Septiembre de 2011). Cotelco. Recuperado el 27 de mayo de 2014, de Presidencia de la República: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Septiembre/Paginas/20110930_10.asp

Departamento Nacional de Planeación, Documento Conpes 3527, Política Nacional de Productividad y Competitividad año 2008, Consultado el día 9 de mayo de 2014 en <http://www.fondodepromocionturistica.com/docs/documentos/PLAN%20SECTORIAL%202008-2010.pdf>

Instituto Distrital de Turismo. (2009). Manuales del Programa de calidad y sostenibilidad turística. . Bogotá: Instituto Distrital de Turismo.

Milanés, P., Ortega, F., Pérez, E. (2011). Factores determinantes del nivel de compromiso medioambiental voluntario adquirido por los hoteles cotizados europeos. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v57n4/v57n4a10.pdf>

Ministerio de Industria Comercio y Turismo (s.f.) Norma Técnica Sectorial NTS-TS 002 Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje requisitos de sostenibilidad. Recuperado en www.mincit.gov.co/descargar.php?id=23898

Pertuz, E. (2003). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo a escala humana en los municipios de Nuquí y Bahía Solano. Recuperado de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php?journal=tursoc&page=article&op=view&path%5B%5D=2215&path%5B%5D=1959>

Smart Voyager Tierra (s.f) en Smart Voyager Certified Turismo Sostenible. Recuperado en http://www.smartvoyager.org/index.php?option=com_content&view=article&id=37&Itemid=141&lang=es

MESA 3

EL TURISMO Y SU DESARROLLO COMO BIEN PÚBLICO

El turismo ¡qué gran invento!

Estrategias de marketing urbano para el rediseño de las ciudades

Enrique Naranjo

RESUMEN

En términos de Jordi Borja y Manuel Castells, “las grandes ciudades son las multinacionales del siglo XXI” (CASTELLS, 1998, p.28). Quizás por eso el City-Marketing surge como respuesta logística a un mundo global en mutación, donde las ciudades dejan de ser escenarios urbanos para convertirse en motores de producción del nuevo espacio económico y cultural contemporáneos.

El city-marketing constituye una estrategia de desarrollo urbano, orientada a satisfacer, mejor que otras ciudades competidoras, las necesidades de los usuarios actuales y futuros del conjunto de los servicios de la ciudad. Mientras en Europa y Norteamérica, y por analogía en las ciudades asiáticas que evolucionan hacia una occidentalización deseada, la estrategia va dirigida a la promoción de la ciudad dentro del escenario global, en Latinoamérica y en la urbes de países en vías de desarrollo, es más bien un proceso de comunicación y regeneración que ayuda a las ciudades a encontrar una motivación para dar solución a sus necesidades y para evidenciar sus capacidades y debilidades.

En la cultura contemporánea, la imagen se convierte en un icono, capaz de transmitir valores identitarios, que le sirve a la clase política para redefinir la identidad de la ciudad. Sin embargo, como todo proceso sometido a la publicidad, la imagen de la ciudad se convierte en un producto susceptible de ser comercializado, bajo técnicas que nos llevarán a la promoción de la ciudad como marca, y que no siempre serán útiles para regenerar el espacio urbano, puesto que, como en la mayoría de los productos publicitados, se vende la imagen antes que la calidad.

Para contrarrestar el icono como único elemento configurador del espacio urbano de las ciudades, deberemos apostar por la ciudad creativa que será aquella que proporcione a sus ciudadanos las condiciones y el clima propicio para que fluya la creatividad, con el objeto de generar proyectos innovadores que beneficien a toda la comunidad.

Palabras clave: marketing, ciudad, comunicación, globalización, icono

MARCO TEÓRICO

El término City-Marketing tiene su origen en la literatura europea de la década de 1980, aunque ya había sido desarrollado por los economistas como fenómeno de posicionamiento y localización de actividades económicas en las ciudades. Sin embargo, esta estrategia ya había sido utilizada en el resurgir de algunas ciudades de EEUU como Nueva York ó Atlanta, aunque el concepto no había ido más allá de lo empresarial y siendo aplicado únicamente en los *trade centres* norteamericanos. Por el contrario, en Europa, se vio este fenómeno como una oportunidad única de recuperar el auge de las ciudades, que el american way of life se había encargado de destruir en las últimas décadas gracias a la influencia del cine y la televisión. Esta nueva forma de vida, que la ciudad europea había heredado de la suburbia norteamericana, unida a la crisis del modelo industrial, estaba provocando la huida de la población hacia la periferia, dejando obsoletos y empobrecidos los centros de las ciudades. De tal forma, era necesario que la estrategia de marketing urbano adquiriera un contenido mucho más amplio incluyendo la promoción de todos los aspectos que contribuyeran al bienestar social y económico, y a la calidad de vida en las ciudades.

Si el posmodernismo puso en crisis la idea de progreso y la unidad de la historia, el supermodernismo actual está basado en la fragmentación social y la crisis de la representatividad. La ciudad actual no se representa por sí misma, sino que necesita ser representada.

En términos de Ernesto Laclau (SANDOVAL, 2008, p.2), si el representante necesita ser representado es porque su identidad es incompleta y la relación de representación es un suplemento necesario para la constitución de la identidad. De esta manera, la conclusión fue que la representación de la ciudad ya no es formal sino cultural. La representación, cuyo fin es el espectáculo, es una de las bases del produccionismo tardocapitalista. Sin embargo, bajo este acto de representar se oculta una condición perversa, puesto que el espectáculo viene dado por una representación de imágenes condicionadas y decididas por la clase dominante y ajena a los ciudadanos. En palabras de Guy Debord, “Toda la vida de las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes se vivía directamente, ahora se aleja en una representación” (DEBORD, 2002, cap.1, epígrafe 1).

Ese nuevo espacio, el de los sueños creados y dirigidos, es lo que Baudrillard denominó hiperrealidad. En este sentido, los medios de comunicación juegan un papel decisivo a la hora de sustituir el espacio real por otro ilusorio. Esta representación de la realidad, ha sustituido al referente, sin que eso signifique artificialidad o imitación, sino simulacro, mientras el ruido nos impide darnos cuenta de que seguimos en esa realidad simulada. Evidentemente este proceso tiene lugar en un espacio físico que es la ciudad y se manifiesta en su arquitectura.

Finalmente, este proceso de simulación afecta a las ciudades y al objeto arquitectónico. La sociedad de consumo impone la programación de lo cotidiano, manipulando la vida individual y social en todos sus aspectos, de forma que todo se transforme en artificio e ilusión al servicio del imaginario colectivo, generado mediante el fetiche de la apariencia y el glamour de la imagen. De tal manera, al igual que la identidad de la ciudad es una convención, la imagen de ésta también lo es. En la ciudad simulada la publicidad adquiere un papel muy significativo a la hora de construir la identidad urbana. En la cultura contemporánea, la imagen se convierte en icono y este a su vez en transmisor de unos valores identitarios, de los cuales se sirve la clase dominante para redefinir, impulsar o cambiar la identidad de la ciudad. Sin embargo, como todo proceso sometido a la publicidad, la imagen de la ciudad se convierte en un producto susceptible de ser comercializado, bajo técnicas que llevarán a la promoción de la ciudad como marca, y que no siempre serán útiles a la hora de regenerar el espacio urbano, puesto que en muchos casos, como en la mayoría de los productos sometidos a efectos publicitarios, se vende la imagen antes que la calidad del producto.

Con este concepto, durante la década de los 40, los fabricantes empezaron a comprender cuál era la relación que mantenían los consumidores con las marcas, tanto sociales como psicológicas o culturales, lo que les permitió identificar una serie de técnicas que les resultarían básicas a la hora de sacar los productos al mercado para satisfacer a los clientes y obtener beneficios al mismo tiempo, iniciando lo que hoy conocemos como marketing.

A partir de ese momento, los fabricantes aprendieron a dar personalidad e identidad a sus marcas para ganar en el mercado de la competencia, pero pasando a su vez a derrochar más esfuerzos en desarrollar imágenes de marca que en mejorar el producto.

Damián Quero explica que, a la hora de enfrentarse a una imagen de ciudad, “comprender es más importante que percibir”, sin embargo en la era del tardocapitalismo, todos los objetos se han convertido en productos, en bienes consumibles, y la publicidad ha colaborado con la clase dominante para crear imágenes de significación fáctica, es decir excesivamente denotadas, donde la experiencia de observación del individuo pierde valor en relación a la fuerza del objeto como icono. El truco consiste en hacer que el observador relacione la imagen que tiene delante con algo conocido, es por eso que el reconocimiento del objeto es inmediato y, por supuesto, dirigido. De tal forma la transformación del objeto arquitectónico en icono tiene un efecto rápido y eficaz y es capaz de seducir a políticos e inversores, precisamente porque lo ven, a su vez, como una forma rápida de llegar a los ciudadanos.

Unos de los pioneros de la arquitectura icónica del siglo XX, es el edificio Chrysler, que redefine los conceptos de ocultación de la realidad que ya habían sido expuestos por la arquitectura barroca. Además de reclamar su posición como edificio más alto del mundo

construyendo la aguja de acero inoxidable Nirosta, lo cual supuso un acto de marketing necesario para un rascacielos, la capacidad icónica se manifiesta en la ornamentación de la fachada art-deco. Así, la ornamentación de la torre está basada en los tapacubos usados entonces por los automóviles Chrysler; en las esquinas del piso 31, están unas réplicas de las tapas de los radiadores de los automóviles de la compañía de 1929, a las que se añadieron unas alas; y en cada esquina del piso 61, hay una gárgola con forma de águila.

Aquí, la simbología no responde a un expresionismo plástico sino que es un catálogo de referencias de una marca que se hizo para vender coches. De esa forma, la arquitectura actual, se convierte en una marca y su imagen, seductora y de significado virtual, supera a la realidad construida, construyendo escenarios en vez de potenciar la creación de situaciones.

Es por eso que los iconos (monumentos) arquitectónicos contemporáneos deberían tener sus raíces en la ciudad, porque es lo que le aportará la experiencia del renacer continuo, y no convertirse en simulacros urbanos, porque en el futuro habrá muchos elementos que lo desplacen del protagonismo del momento y quedara únicamente como objeto, como forma, formando parte de la configuración urbana formal e identitaria.



Fig. 1. Chrysler Building. Fig2. Annie Leibovitz and assistant Robert Bean en una de las gárgolas del edificio Chrysler Building, New York. 1991 John Loengard © Time Inc.

4. OBJETIVOS

El objetivo principal es investigar como a partir de las estrategias de *city-marketing* aplicadas a una intervención arquitectónica se puede producir la regeneración de una zona de la ciudad, ya sea para su promoción como ciudades globales o para convertirse en el motor de recuperación urbana desde aspectos locales que benefician a la comunidad. En

primer lugar, el objeto arquitectónico como icono para la promoción de las ciudades desde una perspectiva global que altera (redefine, potencia o crea) la identidad de la ciudad contemporánea. En segundo lugar, el objeto arquitectónico como motor de regeneración de una zona o ciudad para potenciar un desarrollo local viendo en qué forma el objeto arquitectónico permite a las ciudades responder a parámetros globales desde elementos locales.

5. METODOLOGÍA

Para abordar las estrategias de intervención de las ciudades que optan por construir una marca de ciudad recurriremos a lo que Toni Puig (2009) llama *city-marketing* triangular y que queda desglosado en 3 vectores.

El primero de ellos, el rediseño, establece que la principal decisión que debe abordar una ciudad es optar por una vida mejor para, a partir de aquí, estudiar sus necesidades y afrontar su posterior desarrollo. El segundo, la implicación, conlleva dar a conocer el sistema y mantenerlo dinámico. Mantenerlo dinámico implica que llegue un momento en que se regenere sin ayuda, como una entidad autónoma, como un ser vivo. Para ello hay que obtener la combinación de las características óptimas de los servicios de la ciudad desde el punto de vista de todos los usuarios implicados (habitantes y visitantes). El tercero, la competencia, buscará conseguir una ciudad más atractiva frente a otras, para que el visitante quiera convertirse en habitante, potenciándose la transferencia cultural que posibilita la inmigración y que es la base de la ciudad abierta. Ese carácter triangular del marketing urbano hace referencia a que ninguna de las tres opciones debería existir de forma autónoma, sino que la estrategia debe ser conjunta. De tal manera, un rediseño sin implicación nos llevaría a la generación de una imagen de la ciudad con la que ésta no se sentiría identificada, generando por tanto una identidad impuesta. La competencia sin rediseño nos llevaría a tener que afrontar un gasto económico exagerado por un icono arquitectónico sin continuidad en el tiempo, generando una ciudad temática y turística. La implicación sin rediseño ni competencia nos lleva a una ciudad que solo cumple los objetivos de los ciudadanos pero carente de identidad de cara al exterior.

Por lo tanto, aunque las estrategias de *city-marketing* suelen ser propuestas por la clase política, deben llevar implícita un compromiso ciudadano que desde el intercambio social y cultural consiga un modelo de ciudad abierta. La cuestión es cómo llevarlo a cabo con instituciones cortoplacistas, cerradas y debilitadas, y en una realidad donde los ciudadanos están cada vez más interconectados. Entendemos que, para una buena regeneración urbana, es fundamental que estos conceptos, derivados del marketing empresarial y heredados del neoliberalismo, sean aplicados en la ciudad actual bajo nuevos métodos

de gestión de ideas, más abiertos y participativos, que deben surgir de una implicación ciudadana previa y desde la co-creación con el público externo optando por un modelo de ciudad abierta que no esté basado únicamente en la productividad económica de la ciudad sino también en el bienestar social y la calidad de los ciudadanos que la habitan.

6. RESULTADOS

El *city-marketing* constituye una estrategia de desarrollo urbano, orientada a satisfacer, mejor que otras ciudades competidoras, las necesidades de los usuarios actuales y futuros del conjunto de los servicios de la ciudad. Mientras en Europa y Norteamérica, y por analogía en las ciudades asiáticas que evolucionan hacia una occidentalización deseada, la estrategia va dirigida a la promoción de la ciudad dentro del escenario global, en América Latina y en la urbes de países en vías de desarrollo, es más bien un proceso de comunicación y regeneración que ayuda a las ciudades a encontrar una motivación para la solución de sus necesidades y para la visibilización de sus capacidades y debilidades. La ciudad empieza por tanto ahora a ser considerada un producto que vender a inversores extranjeros en el escaparate del mercado global. Es por eso que aunque el *city-marketing* nace con la globalización, debe construirse desde dentro y formar parte de la estrategia de la ciudad en su búsqueda por encontrar la identidad deseada, que configure un escaparate de protección de sus recursos a los futuros inversores y se convierta en el motor de regeneración urbana que exponga las cualidades de la ciudad a públicos externos e internos.

Si estudiamos los procesos que llevan a las ciudades a utilizar el icono arquitectónico para la promoción de su imagen en el mercado de la competencia de las ciudades, debemos entenderlas como producto. Las ciudades se venden como producto a las empresas y a su vez, estas utilizan la ciudad para su promoción. Uno de los casos más significativos donde la promoción es recíproca entre empresa, imagen y ciudad, es el proyecto para la sede de Gazprom en San Petesburgo. Gazprom, una empresa gasística fundada en 1989 controlada actualmente por el Estado ruso, es el mayor extractor de gas natural en el mundo y la mayor compañía de Rusia.

La proliferación de energías más sostenibles, que puedan provocar la independencia de muchos países energéticamente, hace que la compañía necesite publicitarse en el mundo. Evidentemente lo tiene que hacer de una manera que muestre la limpieza de la energía, y que enseñe el beneficio que supone comerciar con ellos. Así, no enseña el producto, que es lo peligroso. No enseña las fábricas, lo que exporta es la sede, su aparato logístico. Para ello decidió convocar un concurso internacional de arquitectura donde se presentaron múltiples propuestas de arquitectos del *star system*. Evidentemente el concurso solo buscaba una ima-

gen. Quería que el edificio fuera el nuevo logo de la compañía, sustituyendo a aquel luminoso azul más próximo al régimen comunista. Ahora se buscaba un edificio global y para ello no importaba cómo funcionaba, de hecho en el concurso no existía ni programa, solo importaba la arquitectura como icono. Sin embargo, el éxito de la ciudad, depende del éxito de la imagen de su arquitectura, dado que a partir del momento en que se lleve a cabo una construcción de tal carga simbólica, la imagen de la ciudad cambiará para siempre y tendrá que asumir una continua relación de reciprocidad con el edificio y por tanto con la empresa de la que es marca. Cada vez que alguien piense a partir de ahora en San Petesburgo ya no tendrá en la cabeza el Hermitage o su historia como Leningrado, sino que la primera imagen que relacionará con la ciudad será el imponente rascacielos que se erige sobre el agua del Neva.



Fig. 3. Antigua sede de Gazprom en Moscú



Fig. 4. Futura Sede de Gazprom en San Petesburgo.

Otra forma de promoción de las ciudades es a través de los eventos de todo tipo (exposiciones, olimpiadas, fórum de culturas, conciertos,...). Los eventos siempre han sido motores que potenciaron la regeneración de las ciudades a lo largo de la historia, sin embargo en la actualidad, bajo la cultura de masas son los eventos deportivos los que determinan en mayor medida los motores de desarrollo de las ciudades contemporáneas. Ambos sirven como excusa para fenómenos de promoción global o, por el contrario, de regeneración local, pero en cualquier caso suponen una inversión millonaria para favorecer el desarrollo de la ciudad que los acoge y para mostrar al mundo la imagen de la ciudad.

Aunque ya lo eran desde sus orígenes en Grecia, los eventos deportivos, como los JJOO y los mundiales de fútbol, han visto incrementado el interés que despiertan sobre el ciudadano gracias al gran poder de difusión que permite el crecimiento de las nuevas tecnologías. Un evento de este tipo, retransmitido a nivel mundial, permite al organizador casi un mes completo de publicidad ininterrumpida sobre su producto. En este caso el producto puede llegar a ser una ciudad o un país entero. Este tipo de acontecimientos han sido utilizados históricamente con fines geopolíticos, como método de protesta o castigo, cuando algunos países se han visto privados de su participación deportiva como reflejo del comportamiento de sus gobiernos. Y es que, manteniendo su carácter deportivo a la

vista, estos acontecimientos siempre han sido medios para manifestar los diversos intereses políticos. Y si antes consistían en ganar la competición como símbolo de poder —“la victoria olímpica es un exponente de la potencia de un Estado y una prueba de bonanza de su sistema social, en donde los países ganadores dan al mundo una prueba visible de fuerza, considerándose una extensión de su política exterior”— (GARCIA REYES, 2007, P.83) en la actualidad, es fundamentalmente el organizar el evento lo que aporta al territorio el mayor poder geopolítico. Es por eso que la elección de las sedes de estos acontecimientos implica decisiones sociales, culturales, políticas y de infraestructuras que van más allá del carácter deportivo de los mismos.

El hecho de que por primera vez China fuera sede de los JJOO en 2008, después de que su candidatura fuera rechazada varias veces, así como que por primera vez haya sido designado un país africano organizador de la Copa del Mundo de Fútbol, nos lleva a pensar en el efecto social y económico que esto tendrá sobre el territorio y en como esto actuará sobre la identidad del lugar. La organización de Beijing 2008 ha visto esta oportunidad como un marco idóneo en que el que mostrar la capacidad económica y cultural de todo un país. La gran inversión en infraestructuras, vías de comunicación y transportes, servicios turísticos e instalaciones, la muestran como una potencia económica. Sin embargo todo esto ha sido utilizado por el gobierno para ocultar las evidentes violaciones de los derechos humanos, que fue una de las condiciones exigidas por el COI para conceder a la ciudad la sede olímpica que, no obstante, convierte a Beijing en el reflejo del avance social de todo un país. Un país que se ha mantenido históricamente en constante búsqueda de una identidad pensada desde la modernización de su cultura local mediante el contacto extranjero. Entre 1840 y 1949 ya fracasó debido a la influencia del poder feudal. También lo hizo con el nacimiento de la República Popular China entre 1949 y 1978, ya que la aspiración socialista tuvo consecuencias económicas y sociales desastrosas. Pero a partir de 1978, aprendió de Japón que su crecimiento global dependía en su mayor parte de su proceso de occidentalización. De esta forma, estaba dispuesta a cambiar sus modos de vida a cambio de un sitio en el mundo occidental.

Es por ello que fueron designados para organizar los JJOO de 2008, porque asumieron la occidentalización como forma de restauración de su identidad, hasta entonces relacionada con la explotación del trabajo y la violación de los derechos humanos, y que desde 2008 está vinculada al complejo sistema espacial que configura el nido del pájaro de Herzog & De Meuron y que se levanta sobre un cielo de los más espectaculares fuegos ‘artificiales’ nunca vistos por televisión. Y es que, finalmente, se vende una imagen y la de Beijing fue la arquitectura. En la mayoría de las ciudades organizadoras ocurre que el Estadio Olímpico es el elemento que marca el camino a seguir en la restauración de la identidad. En este caso pretendió convertir su Estadio Olímpico, el que sería espacio escénico de ceremonias y foco de celebraciones retransmitidas por todo el mundo, en un

símbolo del progreso y modernización de todo un país. Probablemente esta generación de nuevos símbolos occidentales lleve al ciudadano a plantearse si no son cómplices de un simbolismo forzado que deja de lado sus costumbres locales.



Fig5. Estadio Olímpico de Beijing por Herzog&deMeuron © N.Millet G.



Fig. 6. Billete de 10 yuanes (moneda china)

Al igual que Beijing, Suráfrica, fue designado para la organización de la Copa del Mundo de Futbol, sin embargo optó por otro sistema de simbolización. Y es que no es casual que el Ellis Park Stadium en Johannesburgo, se ampliara para convertirse en el estadio más importante del Mundial de Futbol 2010. El estadio se amplió, y cambió su nombre (irónicamente Coca-Cola Stadium), sin embargo, se mantuvo en pie reafirmandose como una de las principales señas de identidad de Suráfrica y conformándose como un espejo de todo lo que a lo largo de la historia ha tenido lugar allí dentro. Suráfrica reformó su estadio para convertirlo en un símbolo de su unidad, de su lucha contra el apartheid. Un símbolo que permite, gracias a las nuevas tecnologías y a la difusión informativa del evento que acoge, mostrar al mundo lo que ocurrió allí durante la tiranía blanca. El Estadio permite mostrar la historia. Muestra la imagen de un Nelson Mandela que recoge la copa del mundo de rugby que su país gana frente a nueva Zelanda en 1995, en un estadio en donde siempre había sido abucheado, erigido en feliz representante de todo un país en fiesta. Refleja el sentimiento de todo un país que estuvo apartado a los ojos del mundo hasta que fue sede del Mundial de Futbol y su Estadio se convirtió en un símbolo de su historia. Suráfrica ha optado por mantener su identidad local y exportarla al mundo como forma de globalización mediática. La repercusión económica, social y de infraestructuras será muy importante de cara al futuro, pero, probablemente, el haber utilizado la celebración como manifestación de su identidad histórica le sea a Suráfrica mucho más útil de cara a su desarrollo global.

Sin embargo, cuando este mismo proceso de rediseño urbano es tenido en cuenta desde puntos de vista locales, es utilizado para la regeneración social, así bajo posturas claramente sociales de integración, de la comunidad en decadencia con la clase media desarrollada, estos elementos sirven como conectores de las estructuras físicas que fragmentan la ciudad y segregan a su habitantes.

Un caso muy significativo el proyecto de los parques biblioteca de Medellín. Mediante la inversión económica que realizada por el Estado para la cultura de la ciudad se han visto estos proyectos como elementos de regeneración de barrios degradados. Los espacios marginales, del gueto, de la ciudad de Medellín, las laderas han sido, durante las últimas décadas, espacios del miedo, de la delincuencia y hogar de los grandes carteles de la droga.

Tras la muerte de Pablo Escobar y el paulatino desplazamiento del negocio de la droga a México, la ciudad decide mostrarse al mundo como una ciudad segura donde tanto el ciudadano como el turista pueden ser felices. Así, la propuesta consiste utilizar parques que conecten las zonas degradadas con el resto de la ciudad. Pero, principalmente, en construir una biblioteca en cada uno de ellos. Existen otros proyectos que llevan a cabo escuelas y centros de salud, pero en estos casos no consiguen integrar a la población puesto que los que los utilizan son los habitantes del barrio.

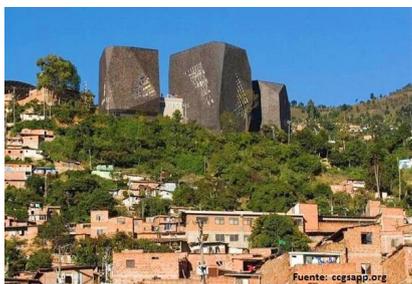


Fig. 7. Parque Biblioteca España, Medellín (Colombia) © Mazzanti arquitectos.



Fig. 8. Metrocable sobre las laderas de Medellín

Sin embargo, una biblioteca es un edificio usado por todos los habitantes de la ciudad y, aunque podría pasar desapercibido, la idea ha sido que tanto su imagen como su emplazamiento sean significativos, así mediante arquitecturas muy contemporáneas, ubicadas en enclaves muy específicos, han conseguido generar un icono con cada proyecto. Ese icono hace que los habitantes de las laderas, se sientan orgullosos de pertenecer a ese lugar. Ha redefinido su identidad y ha supuesto un descenso de la delincuencia. Esto es posible porque los proyectos no han obviado la pertenencia local del enclave donde se construían, ni social ni físicamente. Mediante la construcción de un metrocable, con distintas paradas en espacios libres de las laderas han integrado un espacio degradado en la nueva imagen contemporánea de la ciudad. El turismo acude a esos espacios porque ya son puntos de visita obligados, forman parte de la imagen de Medellín ayudando económica y socialmente a los habitantes del barrio. Además, la forma de conexión de estas zonas degradadas mediante el metrocable, ha permitido a estos barrios empezar a formar parte de la ciudad y a sus habitantes sentirse orgullosos de vivir allí. Los niños han pasado de ser sicarios o

correos de los narcos, a convertirse en guías turísticos del barrio, lo cual muestra la implicación ciudadana en este proceso de regeneración cultural del paisaje icónico de Medellín.

Este segundo modelo, el que afecta a la regeneración urbana desde aspectos locales, debe iniciarse desde el rediseño de las redes sociales, intentando canalizar la capacidad de la ciudad en el desarrollo de bienes y servicios públicos mediante proyectos sociales, desde la participación y el acuerdo de pequeños grupos y asociaciones vecinales. Ambos modelos son susceptibles de ser analizados en ámbitos económicos, culturales y sociales, en definitiva, dentro del ámbito urbano que configura la ciudad contemporánea y ambos son capaces de regenerar positivamente la ciudad. Sin embargo, mientras en algunas ciudades los años y las mutaciones dan forma a los deseos, en otras los deseos pueden llegar a borrar a la ciudad.

7. CONCLUSIONES

La ciudad contemporánea ha cambiado; ya no es ni siquiera una evolución de la ciudad moderna. El tardocapitalismo ha convertido el espacio urbano en un producto que vender al empresario y la ciudad, como tal, no puede escapar de este fenómeno. Sin embargo, sí puede utilizar esta situación para favorecer su desarrollo urbano, aunque para ello, las clases dominantes deberán ser capaces de escapar de la cultura de la imagen para evitar que la ciudad sea tomada por los turistas y los vecinos no se sientan identificados con ella, convirtiéndose en lugares sin identidad, homogéneos y con horario de cierre.

No obstante, entendemos que es posible una regeneración urbana desde el objeto arquitectónico, que aunque apueste por una imagen de la cultura global, lo haga desde la participación de la comunidad y mediante aspectos locales que le ayuden a inventar, redefinir o potenciar su identidad, pero que en ningún caso le permita perderla. Para ello entendemos que la creatividad es básica, porque la adecuación de los espacios urbanos a los nuevos modos de vida debe hacerse desde el pensamiento contemporáneo y no únicamente desde la imagen o la economía política.

Históricamente el ritmo de las innovaciones ha sido lento e imperceptible. Sin embargo, desde la segunda mitad del siglo XX, a partir de la Revolución Tecnológica, surge una nueva época, donde las innovaciones se manifiestan a un ritmo acelerado, de tal manera, que el proceso de la evolución económica tiene como fin el máximo desarrollo tecnológico posible y deseable alcanzado por la capacidad mental. Así, mientras la economía industrial estaba basada en la capacidad de obtención y manufactura de la materia prima, la economía derivada de la era tecnológica está basada en la capacidad mental de los individuos, en su materia gris. Esta nueva clase trabajadora que configura un estrato social convertido

en el motor de competencia de las ciudades, es lo que Richard Florida (2009) llama “clase creativa”. Por eso, y ante la necesidad imperante de atraer empresas que desarrollen económicamente las ciudades, éstas se ven en la obligación de atraer la creatividad y potenciarla entre sus ciudadanos, ampliando así el concepto a escala urbana, que había surgido a finales de los 90, y que Charles Landry (2000) definió como “ciudad creativa”.

Que Landry defina la ciudad creativa con el término francés ‘milieu’, haciendo referencia al significado de ‘medio’ como entorno (ecosistema), refuerza la idea de que la ciudad debe funcionar como un organismo vivo autoregenerable. Precisamente por eso, las ciudades deben crear sus propios métodos de formación de ciudadanos creativos que sean los que favorezcan el continuo desarrollo de la ciudad y de su identidad, ya que para su correcto funcionamiento, ésta nunca debería surgir de la inspiración de la clase política. De esta forma, la ciudad creativa será aquella que “proporcione a sus ciudadanos las condiciones y el clima propicio para que fluya la creatividad, con el objeto de generar proyectos innovadores que beneficien a toda la comunidad” (LANDRY, 2000, p.133).

Para ello, Richard Florida (2009) incide en la necesidad de alcanzar ciudades con talento, facilitando para ello el acceso a la cultura y la educación de todos sus ciudadanos, ya que el aumento del conocimiento y la cultura entre la población favorecerá la tolerancia, que potencie la capacidad de la ciudad de fomentar la diversidad y el intercambio cultural (racial, sexo, religión,...) y que se presenta como elemento clave para el diseño de una ciudad de marca y para su desarrollo urbano. Las 3T deben ser puestas en funcionamiento de forma transversal, interrelacionadas unas con otras para que en su totalidad tengan el efecto deseado potenciando la construcción de la ciudad creativa.

La ciudad creativa debe ser por tanto la base más sólida del *city-marketing*. Las consecuencias de una estrategia de este tipo aplicada sobre la ciudad pueden ser muy negativas si no son planteadas desde una perspectiva social y cultural, y será ésta la que determinará el desarrollo económico, y no al revés, asumiendo la necesidad de instalar una ciudad de alta calidad de vida para quien la habita y no solo de generar turismo externo. Las ciudades que se rediseñan únicamente buscando el espectáculo y sin una planificación de futuro previa están condenadas a convertirse en escenarios turísticos con horario de apertura y cierre. La gran capacidad de la estrategia de construir una ciudad de marca debe basarse en el deseo de la misma de acoger a los nuevos ciudadanos que acudan a ella buscando unas características de espacio vital urbano que les invite a quedarse en ellas y construir una nueva sociedad donde el intercambio cultural sea el motor regenerativo de la misma, una nueva sociedad que corresponda a los que sueñan, a los que imaginan, a los que descubren, y a los que, en definitiva, deben hacer posible el éxito o fracaso de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- ADRIÁ, Miquel. (2008). *De los sicarios a las Orquídeas*. Diario El País.
Leído en: <http://www.elpais.com/articulo/arte/sicarios/orquideas/elpepuculbab>
- BAUDRILLARD, Jean. (2005). *Cultura y simulacro*. 7a ed. Barcelona, Kairós.
- COX, Marcelo. (2008). *Identidad urbana en la Ciudad Genérica: El caso de Beijing*.
Leído en: <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2009/02/20/beijing>
- DEBORD, Guy. (2002) *La sociedad del espectáculo*. Valencia, Ed. Pre-Textos.
- DELLAMEA, Giselle. (2009). *Clusters urbanos como motor del city-marketing a código abierto*. Leído en: <http://3vectores.com/blog/category/citymarketing>.
- FERNÁNDEZ GALIANO, Luis (2008). *Extraños en Pekín*. Arquitectura Viva 118-119.
- FLORIDA, Richard. (2009). *Las ciudades creativas: por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*. Barcelona, Paidós.
- GARCÍA REYES, K. (2007), *Olimpiadas y Copa Mundial de Fútbol: ¿Competencias deportivas o instrumentos políticos?* , en CONFINES, num.3/6
- KLEIN, Naomi. (2007). *No logo: El poder de las marcas*. Barcelona, Paidós.
- PUIG, Toni. (2009). *Marca ciudad: Cómo rediseñarla para asegurar-un futuro espléndido para todos*. Barcelona, Paidós.
- KOOLHAAS, Rem (2004), *La Ciudad Genérica* en Lo urbano en 20 autores contemporáneos, Barcelona, Ed. Ángel Martín Ramos
- LANDRY, Charles, (2000), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London, Earthscan Publications Ltd.
- MENCHÉN BELLÓN, Francisco. (2009), *La ciudad creativa en tiempos de crisis*, en Encuentros multidisciplinares, Vol. 11, N° 31, (Ejemplar dedicado a: La crisis como oportunidad: creatividad e innovación en momentos de crisis).
- PÉREZ JARAMILLO, Jorge. (2009) *Colombia, El resurgir social y urbano* en AV Mo-

nografías 138, pp.30-35

QU LEI, 2005, *Beijing en Globalización y Grandes Proyectos Urbanos* en *La respuesta de 25 ciudades*. Buenos Aires, Ediciones Infinito.

RIGHTER, Rosmery (2008) *Al rojo blanco. China un milenio resplandeciente*, en *Arquitectura Viva* 118-119, pp.27-35.

SANDOVAL, Luis (2008) *Reflexiones sobre identidad, política y comunicación en sociedades en vías de mediatización* (Ediciones de la Universidad Nacional de La Plata)

SASSEN, Saskia y MUÑOZ, Francesc. (2003). *Arqueologías del espacio urbano. Un discurso hacia la arquitectura de la metrópolis* Teorías de la arquitectura: Memorial Ignasi de Solá- Morales. Barcelona, Edicions UPC.

SEISDEDOS, Gildo. (2009) *La ciudad atractiva City marketing y cultura: catedrales, museos y artefactos*. Tercera Jornada del Plan Estratégico de la Cultura Foro Burgos Cultural

La interpretación del Patrimonio, una herramienta vital hacia la sustentabilidad del territorio: Bases y Fundamentos para la Interpretación del Patrimonio en Chile

Claudia Manzur

Resumen

La interpretación del Patrimonio ha demostrado ser una herramienta eficaz para la gestión sustentable de sitios patrimoniales y crear conciencia en los usuarios y visitantes.

Esta herramienta es muy poco usada en Chile. En parte, porque es muy poco conocida y no nos hemos apropiado de ella.

A través de una revisión de las ventajas de la Interpretación, y el campo potencial de ella en Chile, se vislumbra la importancia y urgencia de contar con planes de Interpretación en distintas áreas patrimoniales naturales y culturales.

Palabras claves: Interpretación del patrimonio –sustentabilidad – bioculturalidad – principios - fundamentos

Introducción

Nuestro planeta Tierra es un lugar bello para descubrir y vivir. En él existe una riqueza diversa de especies, de paisajes, de costumbres y tradiciones.

Paradójicamente la especie humana, especie exitosa en la Tierra y que aporta muchas cosas al planeta, crea sistemas que a veces atentan contra la diversidad existente poniendo en peligro especies, paisajes y cultura.

El Ser Humano es responsable de muchos ambientes contaminados: agua, tierra y aire. También en su sistema económico es responsable de una brutal desigualdad de condiciones y oportunidades en que viven muchas sociedades.

Frente a estos temas, la sociedad se organiza creando leyes de protección y de puesta en valor del patrimonio. Se firman convenciones, tratados y leyes para compensar los problemas ambientales y sociales creados. Se fiscaliza y se educa a la población para crear consciencia sobre la importancia de la Tierra y su patrimonio.

Otra herramienta indispensable para conectar o reconectar a las personas con su patrimonio es: la Interpretación.

Esta “antigua tradición y nueva ciencia”¹ ha demostrado ser muy útil para crear consciencia y producir cambios de comportamiento en Museos, Parques y Áreas protegidas. Investigaciones en Parques en E.E.U.U. demuestran que una buena planificación Interpretativa puede ayudar y disminuir costos en vigilancia y fiscalización. Esto, ya que, si la Interpretación tiene un mensaje claro al cual los visitantes adhieren, se puede generar consciencia y comportamientos de respeto y cuidado al Patrimonio.

En este mundo globalizado y lleno de símbolos internacionales, el Patrimonio local adquiere gran importancia. Desde el punto de vista de la sociedad, se trata de la “identidad” y desde el punto de vista turismo, se relaciona con la “autenticidad”. En definitiva, dos pilares centrales relacionados con la sustentabilidad.

¿Qué futuro tiene la Interpretación en Chile? ¿Se realiza Interpretación? ¿Se trata de una ciencia que puede germinar y dar frutos en este país?

Los fundamentos, principios y bases de esta disciplina, principalmente de origen de Norte

¹ Brochu, Lisa y Merriman, Tim; 2008. Personal Interpretation. Connecting your audience to Heritage Resources.

América ¿pueden adaptarse a la realidad chilena? ¿podemos construir Interpretación con bases que no son nuestras? ¿tendremos nosotros nuestra propia interpretaciones sobre la interpretación?

Objetivos:

1. Demostrar el interés de la Interpretación para la preservación del patrimonio.
2. Demostrar la falta de compromiso general que existe actualmente en relación a la interpretación.
3. Reconocer a la interpretación como una disciplina con principios y fundamentos propios (nacionalizar la Interpretación).

Metodología:

Se realiza una revisión de los principios de la Interpretación, su aplicación en el territorio. Investigación de nuestros primeros conservacionistas que hablaron de Interpretación en Chile; de nuestros pueblos originarios y su aporte a la Interpretación.

Revisión y análisis de los enunciados de nuestros poetas y pensadores que tienen relación con la Interpretación.

Interpretando la Interpretación del Patrimonio

La Interpretación puede definirse como “el *arte* de comunicar y revelar los significados profundos de los recursos para que los visitantes se conecten emocionalmente e intelectualmente con dicho recurso. Tiene la finalidad de desarrollar ciertas actitudes en el público visitante.”

Esta definición es una síntesis de varias definiciones postuladas por los precursores de esta disciplina: Freeman Tilden (1957), Sam Ham (1992), Asociación Nacional de Interpretación de EEUU (NAI), Jorge Morales Miranda, Asociación Española para la Interpretación.

A esta definición nos gustaría agregarle lo siguiente: *La interpretación es una tradición milenaria a través de la cual las generaciones actuales valoran y aprenden de las pasadas y permiten que las generaciones futuras también puedan conocer los recursos y valorar a sus antepasados.*

Además de varias definiciones, la interpretación del Patrimonio cuenta con varios principios que profesionalizan esta disciplina.

El primero en escribir sobre los principios de la Interpretación del Patrimonio fue Freeman Tilden. Periodista, escritor y filósofo, probablemente inspirado en la hermenéutica y los exégetas bíblicos, introduce el tema de la Interpretación y desarrolla en el año 1957, seis principios para esta disciplina:

1. Cualquier interpretación que de alguna forma no relacione lo que se muestra o describe con algo que se halle en la personalidad o en la experiencia del/de la visitante, será estéril.
2. La información, tal cual, no es interpretación. La interpretación es revelación basada en información, aunque son cosas completamente diferentes. Sin embargo, toda interpretación incluye información.
3. La interpretación es un arte, que combina otras muchas artes, sin importar que los materiales que se presentan sean científicos, históricos o arquitectónicos. Cualquier arte se puede enseñar en cierta forma.
4. El objetivo principal de la interpretación no es la instrucción, sino la provocación.
5. La interpretación debe intentar presentar un todo en lugar de una parte, y debe estar dirigida al ser humano en su conjunto, no a un aspecto concreto.
6. La interpretación dirigida a niños y niñas (digamos, hasta los doce años) no debe ser una dilución de la presentación a las personas adultas, sino que debe seguir un enfoque básicamente diferente. Para obtener el máximo provecho, necesitará un programa específico.

Luego Cable y Beck agregaron 9 nuevos principios. De estos últimos varios son bastante cuestionable. Por ejemplo el principio número 12 : *Un programa interpretativo debe ser capaz de conseguir apoyo –político, financiero, administrativo, voluntariado–, sea cual sea la ayuda necesaria para que el programa prospere.*

¿Estamos realmente frente a un principio?

Más allá de cuestionar los principios de Cable and Beck, y tal como Freeman Tilden responde en una entrevista realizada años después de haber escrito sus principios, no importa si son 6, 8 o 15, pueden ser más o menos principios, lo importante es tener principios y bases para una profesión.

Efectivamente es indispensable tener fundamentos, ya que la interpretación es clave en la transmisión de mensajes sobre sustentabilidad del patrimonio. La interpretación tiene responsabilidades. Estamos a cargo de dar a conocer, encantar, crear consciencia y hasta provocar acción en el público.

De hecho varias ventajas son atribuidas a la Interpretación:

- Favorece la comprensión del usuario por el lugar/recursos que visita.
- Brinda mejores oportunidades de disfrute para los visitantes.
- Reduce el incumplimiento de las normas por campistas, excursionistas y visitantes en general.
- Evita tener que recordar y hacer cumplir leyes y normas.
- Disminuye las posibilidades de interferencia entre los visitantes, evitando el conflicto social entre ellos.
- Reduce la intrusión de la administración en las actividades, manteniendo la sensación de libertad del visitante.
- Reduce el vandalismo.
- Reduce los costes de operación y mantenimiento.

En definitiva la Interpretación es una disciplina que ha demostrado ser útil en varios ámbitos relacionados con el patrimonio y la sustentabilidad. Cuenta con bases, fundamentos y se constituye como una verdadera Profesión.

¿Qué pasa en Chile con esta disciplina? ¿Existe campo de desarrollo para esta disciplina?

Resultados

En Chile, a diferencia de la Interpretación en E.E.U.U., no contamos con escritores formales que hayan hablado directamente sobre la Interpretación.

Sin embargo de forma tangencial tenemos varios precursores que nos reafirman nuestras propias bases sobre Interpretación.

Al estudiar a nuestros científicos nos damos cuenta que ellos son nuestras alertas hacia la conservación. Al estudiar a nuestros escritores principalmente nuestros poetas, encontramos principios que nos sirven en Interpretación y al mirar la cosmovisión de nuestros pueblos originarios nos reencontramos con la sabiduría que debe presidir la Interpretación.

1. Los precursores de la Conservación : Nuestros científicos
2. Los principios de nuestra Interpretación a través de Gabriela Mistral
3. La sabiduría del pueblo Mapuche

El aporte de los Científicos chilenos a la Conservación del Patrimonio

En Chile muchos han sido los científicos que han alertado sobre la importancia de la naturaleza y su protección. A continuación nombro solamente a cuatro, aunque la lista debiera ser mucho más extensa. Nos falta mucho trabajo para seguir poniendo en valor el trabajo de nuestros científicos.

- a) Federico Albert es considerado “el padre de la conservación en Chile”. A principios del siglo XX grandes incendios arrasaron el sur de Chile. Albert, preocupado por las quemaduras de los bosques nativos y sobre todo por los colaterales procesos erosivos, fue un gestor de las Reservas Forestales creadas entre 1907 – 1913, la Ley de Bosques de 1931 y la institucionalidad relacionada con los Bosques.

Entre las Reservas Fiscales creadas a principios del siglo XX gracias a las gestiones de Albert, destacan la Reserva Malleco, Tirúa, Alto del Bío-Bío, Villarica, Llanquihue, Puyehue y Chiloé. En total 600.000 ha. Varias de estas reservas darán origen a nuestros primeros Parques Nacionales. Por ejemplo la Reserva Llanquihue se convertirá en el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales.

La extensa obra de Albert es muy importante en la defensa de los Bosques de Chile. Fue un precursor incansable. Su extensa obra sin duda es un pilar fundamental para poner en valor el bosque, sin embargo aún nos encontramos muy lejos de lo que entendemos hoy por conservación y con los temas de Interpretación.

- b) Adriana Hoffman: Bióloga y botánica, investigadora y autora de numerosos libros, Adriana Hoffman es una apasionada e infatigable defensora de nuestra Naturaleza. A través de la organización ciudadana “Defensores del Bosque”, cuyo objetivo es promover la defensa de los bosques nativos, informar y educar a los chilenos sobre los ecosistemas que componen el patrimonio forestal de la Nación, se busca desarrollar en el país una conciencia de conservación. En su quehacer se desarrolla la Interpretación. Maneja un mensaje, tiene una misión y metas. Programas como por ejemplo BOSQUEDUCA son aplicaciones de la disciplina que nos convoca.
- c) Rodolfo Gajardo: Profesor e investigador en la Universidad de Chile, autor del libro “*La Vegetación Natural de Chile. Clasificación y Distribución Geográfica*”, Gajardo se da cuenta que “los estudiantes de antes tenían una comprensión más directa (de la naturaleza) de eso. Los

de ahora lo saben principalmente por referencias. A partir de eso, me pareció que había que desarrollar una educación para la percepción y vivencia de la Naturaleza.” Si bien Gajardo no habla nunca de Interpretación, tiene la claridad de que existe una urgencia por reconectar nuestra sociedad con la naturaleza. En sus palabras: “el reconocimiento valórico de esta Herencia Natural y de su estado, así como los nuevos y profundos desafíos que presenta su gestión y conservación, nos llevan con urgencia a buscar dotarnos de nuevos saberes y herramientas conceptuales, de nuevos hitos y referentes, también de nuevos lenguajes y gramáticas, que consoliden la relación con ese mundo de la Naturaleza que nos es propio.” Gajardo es nuestro más próximo Freeman Tilden. Cuando nos habla de “construir una nueva estructura de conocimiento, a partir de la cual generar valores. No precisamente por lo que es aportado como conocimiento científico sino que también por el producto del desarrollo de nuestra mente, y también diría, de nuestro corazón.” Nos está hablando de interpretación.

- d) Ricardo Rossi: Finalmente destaco a este científico chileno, que si bien no reside en Chile todo el tiempo, ha realizado un aporte constante y energético introduciendo un nuevo término: la biocultura. Él contrapone el término biodiversidad con el de biocultura. En realidad todas las acciones del ser humano tienen un efecto en la naturaleza, pero si tenemos una pérdida en la naturaleza, también hay una pérdida en la cultura y la tradición. No estamos desligados. Esta situación la gráfica ilustrativamente con el cóndor. Ave que representa símbolos importantes de sabiduría, de grandeza en los pueblos de Sudamérica. Paradojalmente esta ave está amenazado de extinción. Si esta ave deja de existir también se pierde un símbolo cultural de gran valor para muchos pueblos. Este aporte es esencial para la interpretación. Ya que la Interpretación tiene en muchos casos, como finalidad transmitir temas sobre la sustentabilidad y definitivamente encuentra un nuevo desafío para incorporar este nuevo término en sus mensajes interpretativos.

Los principios de nuestra Interpretación expuestos por Gabriela Mistral

Un día visitando el Museo de la Educación Gabriela Mistral, me encontré con su decálogo de la Maestra. Yo andaba buscando los principios de nuestra Interpretación y me encuentro con lo siguiente:

1. Ama. Si no puedes amar mucho, no enseñes a niños. Simplifica. Saber es simplificar sin restar esencia.
2. Insiste. Repite como la naturaleza repite las especies hasta alcanzar la perfección.
3. Enseña con intención de hermosura, porque la hermosura es madre.
4. Maestro, sé fervoroso. Para encender lámparas has de llevar fuego en tu corazón.
5. Vivifica la clase. Cada lección ha de ser viva como un ser.
6. Cultívate. Para dar hay que tener mucho.
7. Acuérdate que tu oficio no es mercancía, sino que es servicio divino.
8. Antes de dictar tu lección cotidiana mira tu corazón y ve si está puro.
9. Piensa que Dios te ha puesto a crear el mundo de mañana.

La correlación con los principios de Freeman Tilden es sorprendente. Pero debemos reconocer que Gabriela Mistral tuvo una claridad instantánea de poner el Principio de Amar en número uno. Tilden nunca lo puso, sin embargo en la entrevista citada antes y respondiendo a la pregunta si piensa que 6 principios son suficientes, luego de admitir que el número de principios no es importante, agrega que si tuviera que agregar un principio este es el AMOR.

La interpretación esencia intrínseca de la tradición de los pueblos originarios:

En Chile la Interpretación se trata de una tradición arraigada en nuestros pueblos originarios. Basta en pensar en el pueblo Mapuche, el pueblo originario de Chile que vivió y vive principalmente en el centro y sur del país. El idioma de los Mapuches se llama “mapudungún”, es decir el habla del mapu. El mapu es todo lo que nos rodea, todo lo que vemos y lo que no vemos. Todo lo vivo como las aves y las rocas y todos los espíritus que también habitan el mapu. “Dungún” es el habla y los mapuches son el instrumento que expresa el habla del mapu. Es decir nuestro pueblo originario Interpreta la naturaleza y todo lo que nos rodea.

Esta idea la vemos expresada en los poetas mapuches como por ejemplo Elicurra Chiguailaf y Jaime Huenún. En el caso de Chiguailaf en “Recado Confidencial a los chilenos” nos dice: “Sentado en las rodillas de mi abuela oí las primeras historias de árboles y piedras que dialogan entre sí, con los animales y con la gente. Nada más, me decía, hay que aprender a interpretar sus signos y a percibir sus sonidos que suelen esconderse en el viento.”

De forma enigmática y poética el pueblo Mapuche es portador del saber ancestral de la Interpretación.

Conclusiones:

La primera conclusión evidente es que la interpretación es una disciplina antigua la encontramos desde los tiempos de los primeros cuentacuentos y de los exégetas bíblicos, pero sin duda apropiarse este término para desarrollar una profesión, se lo debemos a Freeman Tilden.

En Chile existe un incipiente desarrollo en el área de la Interpretación. No se le considera una profesión sino más bien como una acción espontánea y puntual que no responden a una planificación interpretativa integral. En definitiva las acciones quedan aisladas sin un mensaje claro y potente que el público pueda asimilar e incorporar.

Sin embargo, es importante destacar que es urgente zambullirse seriamente en esta disciplina. La urgencia se entiende por 2 razones principales:

- a) Sistema socio económico que acelera un desarrollo altamente amenazante para la naturaleza y para el hombre.
- b) Una sociedad, que como está bien representada por Carlos Franz en su *Muralla Enterrada*, es una sociedad que tiende a esconder lo que no quiere ver o mutilar lo que podría ser bueno. En sus palabras: “Hoy más que nunca, cuando la anónima aldea global parece un hecho, el relato de la ciudad a la que pertenecemos puede ofrecer la diferencia que nos dice quienes somos...así, hundida en su zanja y asomada en sus libros; primero elevada, luego enterrada, finalmente delatada en nuestras ficciones, la gran muralla de Santiago puede eruirse como espectro y semblante de nuestra ciudad, y por ahí, de tantas señas de nuestra identidad..... Del olvido que niega las enormidades de nuestra historia, y que entierra juntos los aluviones violentos del pasado y las defensas construidas para atajarlos....De las barreras que no nos es posible salvar sino tapándolas, escondiéndolas....De los muros que debemos levantar contra lo *natural* -contra nuestra naturaleza-, por carencia o inseguridad de lo *cultural*....De nuestra fatal tendencia al imbunche. Esta inclinación a cortar las alas de lo que se eleva, derribar la grandeza, mutilar lo que sobresale, y enterrar lo que se asoma.

La interpretación debe desenterrar esa muralla y dejar desarrollarse a todos nuestros científicos, poetas, pueblos originarios, para aprender de ellos y desarrollar una sociedad armoniosa con la Tierra.

Interpretar es no olvidar, desenterrar la muralla de Franz, es ayudar a entender la circularidad del mundo de Elicura y en definitiva es madurar en armonía.

Sin duda que la Interpretación es sólo unos granos de arena en una inmensa playa, pero en definitiva es un aporte hacia la sustentabilidad.

En Chile, la Interpretación del Patrimonio es una ciencia con grandes oportunidades de desarrollo. Se trata sin duda de una herramienta que puede colaborar a crear consciencia sobre temas de conservación urgentes de nuestro patrimonio y crear nuevas actitudes en visitantes de Museos y Parque. Todo está por desarrollarse, sólo falta apropiarse de esta ciencia y comenzar a aplicarla.

Referencias seleccionadas:

BROCHU, Lisa y MERRIMAN, Tim; 2008. Personal Interpretation. Connecting your audience to Heritage Resources. 2da Edición. E.E.U.U. NAI National Association for Interpretation.

CAMUS, Pablo. 2003. Federico Albert: Artífice de la Gestión de los Bosques de Chile. Revista de Geografía Norte Grande 30: 55- 63

FRANZ, Carlos. 2011 . La Muralla enterrada. 1ª ed., Santiago de Chile. Editorial Planeta.

ROSSI, Ricardo; MASSARDO, Francisca; SILANDER, John; Anderson, Christopher;

MARIN, Andrés. Conservación biocultural y ética en el extreme austral de América: oprtunidades y dificultades para el bienestar ecosocial.

TILDEN, Freeman. 2007. Interpreting our Heritage. 4ta ed. The University of North Carolina Press. North Carolina. E.E.U.U.

Propuesta metodológica para la evaluación de la sustentabilidad de los planes de desarrollo turístico. Aplicación a la Región de Coquimbo.

Luz Elena Cornejo Ganga¹

Resumen.

La investigación tiene por objetivo principal, proponer una metodología para evaluar la sustentabilidad de los planes de desarrollo turístico comunal. Utilizando el método cualitativo de la teoría fundamentada o Grounded Theory se construyeron 31 categorías síntesis procedimentales-territoriales vinculadas al turismo sustentable, a partir de la revisión de los conceptos de planificación y del turismo sustentable, de los objetivos de las políticas y programas del turismo sustentable y de los enfoques procedimentales y territoriales de la planificación aplicados al turismo. Las 31 categorías de análisis se aplicaron a 10 planes de desarrollo turístico comunal formulados en la Región de Coquimbo, Chile, entre los años 1996-2007. El análisis de los planes de desarrollo turístico comunal en la Región de Coquimbo, Chile, mostró claras deficiencias derivadas de la incorporación parcial o no incorporación de las categorías síntesis procedimentales territoriales utilizadas para evaluar la sustentabilidad de los planes.

Palabras claves: Evaluación Sustentabilidad Planes Desarrollo Turístico.

¹ Investigadora, Doctora Desarrollo Urbano Sustentable

1. Marco Teórico.

1.1. Turismo sustentable y planificación.

El turismo sustentable es aquel “que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, de entorno y de las comunidades anfitrionas.” (OMT, PNUD, 2006, p10). Garantizar la sustentabilidad a largo plazo del turismo, implica establecer un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones: medioambiental, económica y sociocultural.

La organización mundial de turismo (OMT) considera necesario incorporar los siguientes objetivos en un programa para el turismo sustentable: viabilidad económica, prosperidad local, calidad de empleo, justicia social, satisfacción del visitante, control local, bienestar de la comunidad, riqueza cultural, integridad física, diversidad biológica, eficacia de recursos, pureza ambiental.(OMT, PNUD, 2006)

La planificación, como base de la investigación se conceptualiza como: un instrumento de trabajo que busca anticipar acontecimientos; una forma de intervención sobre la realidad; un ejercicio metodológico que busca formas integradas de solución a los problemas; un conjunto de procedimientos para relacionar los objetivos con las estrategias y los instrumentos de políticas, programas y presupuestos de que se dispone; un proceso comunicacional en el cual se involucra a todos los actores; un conocimiento técnico que precede y preside la acción referido en este caso al turismo. (Soms, 2007)

1.2. El turismo en la planificación de los espacios urbanos, en las áreas protegidas, en las áreas rurales y en los pequeños municipios.

Los espacios monumentales han recibido, en los últimos años, una mayor atención en los procesos de planificación del espacio turístico, incidiendo en la ordenación física y funcional del espacio, la gestión de los flujos de visitantes y la determinación de la capacidad de acogida. (Donaire, González y Puertas, 2006)

En la ordenación física y funcional del espacio turístico, la rehabilitación de las piezas del patrimonio histórico y monumental, requiere de la recuperación y rehabilitación de monumentos y edificaciones singulares, la catalogación de los elementos singulares, la planificación urbanística de los centros históricos y los planes integrales no sólo referidos a los elementos urbanísticos de los centros históricos, sino a la gestión del tráfico, imagen y la promoción turística del centro. Por su parte, la redistribución de los flujos de visitantes puede llevarse a cabo a través de la creación o potenciación de nodos secundarios y la habilitación de vías de acceso que conecten éstos con los nodos principales permitiendo

redistribuir una parte de los flujos hacia nuevos espacios urbanos; la planificación del tráfico, aparcamientos disuasorios o centros de recepción de visitantes, estableciendo políticas de peatonalización, en los centros históricos o generando sistemas de transporte público convencionales o específicos, la gestión de la información turística, estática o dinámica, gestión de colas y sistemas de flujos de visitantes. (Donaire, González y Puertas, 2006)

El plan de turismo en parques, áreas protegidas, puede especificar las prácticas concretas de gestión del turismo que haya que realizar, la localización de las instalaciones, las políticas que han de guiar las operaciones turísticas, el nivel de las tarifas impuestas a los operadores turísticos etc. Asimismo es importante que el plan de turismo esté integrado con los otros, como son el plan de gestión de la vida silvestre, el plan de gestión de incendios y el plan de gestión de la vegetación, que su gestión esté clara y que todas las actuaciones gestoras de los distintos planes estén coordinadas. (Eagles P, Mc Coool S y Haynes C, 2002)

El proceso de planificación del turismo en las áreas rurales, debe considerar una perspectiva global, un buen conocimiento, un enfoque sistémico, orientado a la demanda y el producto. La perspectiva global, se refiere al punto de vista territorial y sectorial que debe tener la planificación del turismo rural, y que desde el punto de vista territorial, se debe trascender el enfoque para tener una estrategia de ámbito nacional, para penetrar adecuadamente en el mercado. Un buen conocimiento es necesario para la recopilación de información disponible y la realización de los análisis oportunos que permitan iniciar el proceso desde un sólido conocimiento de la realidad. Un enfoque sistémico, debe considerar todos los factores que intervienen. El turismo rural no existe sin un paisaje correctamente conservado. La población rural es la depositaria de un patrimonio inmaterial que es necesario transmitir, para lo que es necesario que se mantenga una determinada población, que a su vez necesita unos servicios y una estabilidad social y económica. Los productos locales son unos de los elementos fundamentales de diferenciación, pero para su conservación es necesario mantener una política territorial que garantice su viabilidad y así sucesivamente. Además es necesario planificar para la demanda y desde el producto. Planificar el producto implica tener presente que una parte importante del mercado se está desplazando hacia una motivación cada vez más compleja y que es necesario, ofrecer un valor añadido por el precio que el turista paga. (Grande, 2008)

El turismo considerando sus ventajas y desventajas, es una solución para los pequeños municipios, que cuentan con condiciones naturales adecuadas para su desarrollo. Para muchos municipios su única posibilidad de supervivencia radica en innovar, crear, sobre la base de algo que sea imposible de llevar a otros lugares. Que no se pueda desplazar. Y lo único con lo que se puede contar, en algunos casos, es el propio territorio. Territorio normalmente poco poblado, y por ello apetecible como alternativa a las altas concentra-

ciones humanas de las competitivas ciudades. Si además ese territorio cuenta con algunos valores desde el punto de vista medio ambiental podría aprovecharse esta situación para intentar una mejora en la calidad de vida y en el empleo. (Fariñas e Higuera 2009)

Claramente el turismo a desarrollar en estos pequeños municipios, debe estar vinculado a la utilización del territorio o a la actividad de la población local, es decir, turismo de naturaleza o turismo rural o senderismo, que además pueden ser desarrollados en forma complementaria.

1.3. Enfoques de planificación aplicados al turismo.

Los enfoques de planificación aplicados al turismo y analizados en esta investigación corresponden a: tradicional, económico, estratégico, prospectivo y orientaciones para los planes de desarrollo del turismo a nivel comunal, entregados por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR, Chile). Todos ellos están referidos a la formulación de un plan, teniendo en cuenta la necesidad del análisis de su ejecución y evaluación. Las etapas de cada uno de los enfoques revelan cierta similitud entre ellas, como se aprecia en el análisis comparativo que se presenta a continuación. Estas etapas corresponden a: organización y asociación de grupos locales, imagen objetivo, diagnóstico, fines (objetivos y metas), estrategias, instrumentos, programas y acciones, presupuestación, evaluación.

La etapa de la organización y asociación de grupos locales se observa sólo en las orientaciones de SERNATUR y se refiere a la creación de una estructura organizativa que coordine y supervise la integración de los actores públicos y privados involucrados en el proceso turístico. La creación de mesas, comités locales o comisiones de turismo con objetivos y plazos, claramente definidos para entregar propuestas, constituye una alternativa válida para reunir a los “socios” del proceso de desarrollo turístico.

La etapa de imagen deseada o imagen objetivo, sólo se distingue en el enfoque tradicional. Esta imagen objetivo, surge del juicio inicial que realizan los participantes en un fenómeno socioeconómico, sobre el comportamiento pretérito y futuro del mismo. La evaluación de dicho comportamiento llevará a ratificar o rectificar el destino del fenómeno, influyendo en la conducción de dicho fenómeno. En las orientaciones de SERNATUR, si bien no se distingue una etapa específica para la imagen deseada, se incluye junto al análisis de temas claves, la identificación de problemas y la definición de misión y visión.

El diagnóstico está presente en todos los enfoques, describiendo y analizando la situación a transformar en el período, pasado, presente y futuro. En el enfoque económico el diagnóstico se le identifica con la fase de investigación, teniendo como objetivo la realización de estudios y trabajos de campo necesarios para elaborar nuevas informaciones y para la

identificación y cuantificación de los estrangulamientos que se oponen al desarrollo de la actividad turística. En la planificación estratégica en el diagnóstico también se incluye la definición de vocaciones turísticas que se lleva a cabo a partir de la matriz de potencialidades, limitaciones y problemas en conjunto con la evaluación cuantitativa y cualitativa de los recursos turísticos. Estos dos elementos demuestran en su conjunto la aptitud, capacidad y característica especiales que tiene un territorio, su población y la economía para el desarrollo turístico. En la planificación prospectiva territorial, el censo de las variables corresponde al diagnóstico de las variables del sistema turístico territorial, el cual debe ir acompañado de un análisis de las tendencias en las que tales variables se ubican.

Las variables censadas deben ser clasificadas de acuerdo a tres categorías: tendencias pesadas, tendencias emergentes y hechos portadores de futuro. Las tendencias pesadas son aquellas que están hoy presentes, son claramente visibles y es casi imposible evitarlas o modificarlas. Las tendencias emergentes son aquellas que conforman el escenario actual y pueden ser la mayoría de las variables motrices o de gran influencia. Los hechos portadores de futuro son aquellos que están por ocurrir y contienen en sí un gran potencial que permite hacer hipótesis a partir de ellos. En las orientaciones de SERNATUR el diagnóstico se asemeja al análisis de temas claves y a la identificación de problemas.

Los fines (objetivos y metas), también se observan en todos los enfoques. En el enfoque tradicional, los fines son los encargados de orientar la evolución del fenómeno en estudio en el sentido deseado. En el enfoque económico, los objetivos constituyen una decisión sobre un problema de la actividad turística identificada en la fase de diagnóstico, que se desea mejorar a partir de la estrategia previamente definida. En la planificación estratégica, la identificación de los objetivos estratégicos y específicos para cada territorio está ligada a las características del área y a su potencial de desarrollo, por un lado, pero también a las condiciones nacionales e internacionales, que se expresan a través de las políticas y recursos nacionales y el marco legal y por los requisitos impuestos por parte de la industria turística internacional. En el enfoque prospectivo, el análisis estructural de las variables y la construcción de escenarios, puede semejar a la definición de objetivos y estrategias. El análisis estructural permite identificar y caracterizar las variables claves del territorio y la construcción de escenarios es una anticipación secuencial que se establece a partir de un cuerpo de hipótesis básico y que se proyecta a un año horizonte determinado. En las orientaciones de SERNATUR el objetivo se debe plantear asociado con la solución del problema central.

Las estrategias se aprecian en casi todos los enfoques, excepto en el análisis prospectivo. En el enfoque tradicional, la estrategia, es la forma como se logran los fines establecidos mediante una serie de lineamientos, orientaciones y directrices para alcanzarlos, comprometiendo para ello los recursos disponibles dentro de un marco de acción bien definido.

En el enfoque económico, en la fase de la formulación de la estrategia se incluyen los objetivos y la previsión de la oferta y demanda. Esta última se realiza a través de un pronóstico cuantificado y verificable con el fin de reducir los factores desconocidos. En la planificación estratégica, la determinación de las estrategias se realiza en coherencia con los objetivos, buscando la rentabilización de las principales oportunidades externas y eliminando los puntos débiles. También se hace necesaria la priorización de las estrategias tomando en consideración los distintos efectos de su aplicación y los recursos disponibles para ello. En las orientaciones de SERNATUR se formula la estrategia de desarrollo como un conjunto de intencionalidades destinadas a potenciar las oportunidades y enfrentar los problemas detectados en el diagnóstico.

Los instrumentos, programas y acciones, se observan en los enfoques tradicional, económico, estratégico y en las orientaciones de SERNATUR. En el enfoque tradicional, los instrumentos permiten poner en marcha el plan y su determinación depende de la disponibilidad de recursos. En el enfoque económico, los programas (como instrumentos) pueden ser clasificados de diversas maneras, pero en cada uno de ellos se debe especificar su contenido, objetivos generales y específicos y cuantificar los recursos materiales y humanos y necesarios para su realización, las fuentes de financiación y las fórmulas y agentes que han de intervenir en su gestión. En la planificación estratégica, en las acciones se analiza su relación con el cumplimiento del objetivo y se transforman en proyectos/ programas de inversiones, identificando en cada uno de ellos los requisitos para su implementación. Los proyectos deben ser evaluados económica, social y ambientalmente.

En las orientaciones de SERNATUR se definirán las acciones para alcanzar los objetivos propuestos y los programas, proyectos o estudios básicos se preparan según las normas establecidas por el Ministerio de Planificación (MIDEPLAN).

La presupuestación está explícitamente señalada en el enfoque tradicional y económico. En el enfoque tradicional está referida a la asignación de partidas financieras necesarias a cada actividad o tarea programada, con el fin de conocer el costo total de la planificación. En el enfoque económico se habla de una estrategia de financiación de las inversiones previstas, consistente en la definición y cuantificación de las fuentes de financiación de las inversiones.

La evaluación está incluida en casi todos los enfoques, excepto en el enfoque proyectivo. En el enfoque tradicional, la evaluación consiste en la comparación de lo deseado, de lo preestablecido, con lo logrado, lo realizado. La evaluación es una actividad constante, la cual se realiza en tres momentos: evaluación ex ante, durante y ex post. En el enfoque económico, la evaluación implica una investigación de la estructura del plan desde diferentes perspectivas globales, con el fin de realizar un análisis de coherencia y promover

un consenso o compromiso entre agentes públicos y privados directamente vinculados con su ejecución. En la planificación estratégica, la evaluación es ex - post y se refiere a la determinación sistemática y objetiva de la pertinencia, eficiencia, eficacia de todas las actividades desarrolladas a la luz de los objetivos planteados. Es un proceso organizativo para mejorar las actividades que se encuentran aún en marcha. En las orientaciones de SERNATUR, la evaluación y retroalimentación, permitirá que la ejecución del plan esté sujeta a mecanismos eficientes de control, requiriéndose el uso de instrumentos de evaluación que permitan medir “estados de avance” a nivel de programas y proyectos específicos. Para tal efecto será necesario seleccionar indicadores cuantitativos y cualitativos destinados a medir los resultados del plan.

2. Objetivos.

La investigación tiene por objetivo general: proponer una metodología para evaluar la sustentabilidad de los planes de desarrollo turístico comunal.

A partir de este objetivo general se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- Analizar conceptos y enfoques teóricos relacionados con la planificación y el turismo sustentable.
- Construir categorías síntesis procedimentales-territoriales vinculadas al turismo sustentable.
- Describir las categorías síntesis procedimentales-territoriales vinculadas al turismo sustentable.

Aplicar las categorías construidas y descritas a planes de desarrollo turístico comunal de la Región de Coquimbo.

3. Metodología.

La investigación contempla la elaboración de un marco conceptual-teórico, que entrega elementos conceptuales de planificación y concepto, objetivos de política y programas del turismo sustentable, recogidos principalmente de los planteamientos hechos por la Organización Mundial de Turismo. Asimismo este marco conceptual teórico, considera la planificación del turismo en los espacios urbanos, en los espacios urbanos monumentales, en las áreas naturales protegidas, en las áreas rurales y en los pequeños municipios. También el marco conceptual teórico, presenta las bases procedimentales, de la planificación turística, comparando las diversas etapas constitutivas de los diferentes enfoques de pla-

nificación tradicional, económico, estratégico y de prospectiva aplicados al turismo y las orientaciones del diseño de un plan de desarrollo turístico comunal en Chile, elaboradas por el Servicio Nacional de Turismo, publicadas en el año 2008.

El marco conceptual teórico permitió construir las categorías-síntesis territoriales y procedimentales vinculadas a las categorías de turismo sustentable y que conforman la base del método de evaluación de la sustentabilidad de los planes comunales de desarrollo turístico. Las categorías de turismo sustentable se determinaron a partir de los conceptos y objetivos de los programas de turismo sustentable propuestos por la Organización Mundial de Turismo. Las categorías territoriales y procedimentales recogieron los planteamientos de los enfoques territoriales y procedimentales aplicados al turismo.

Las categorías territoriales y procedimentales fueron sintetizadas utilizando el método comparativo constante y de acuerdo a los criterios de globalidad de las categorías, exclusión de aquellas categorías enunciadas doblemente, exclusión de aquellas categorías que son consecuencia directa de otras, inclusión de aquellas categorías que puedan adquirir la condición de elementos y que necesariamente deben estar insertas en la planificación del turismo sustentable. Las categorías procedimentales-territoriales así sintetizadas y que sumaron 31 categorías resultantes se vincularon con las 23 categorías de turismo sustentable. A continuación las categorías de análisis se describieron considerando sus propias definiciones y sus vinculaciones con las categorías de turismo sustentable. Las categorías de análisis ya descritas se aplicaron a 10 planes de desarrollo turístico comunal formulados en la Región de Coquimbo, en el período 1996-2009 y que corresponden a las comunas de La Serena, La Higuera, Coquimbo, Vicuña, Pailhuano, Andacollo, Los Vilos, Illapel, La Higuera, Monte Patria. En cada plan se analizó la incorporación de las categorías síntesis considerando primero las categorías clasificadas como Condiciones Generales y después las categorías síntesis de las Etapas de la Planificación distinguidas. La incorporación total de las categorías se denota con el número 2, la incorporación parcial con el número 1, la incorporación nula con 0. El análisis de la incorporación de las categorías síntesis territoriales-procedimentales en los planes comunales permitió establecer las deficiencias presentadas por estos planes respecto a la sustentabilidad.

4. Resultados: evaluación de la sustentabilidad en los planes de desarrollo turístico de la Región de Coquimbo.

El análisis de los planes formulados en la Región de Coquimbo, a nivel comunal, muestra que la incorporación de las categorías síntesis procedimental-territoriales vinculadas al turismo sustentable sólo es de carácter parcial o bien no se incorporan, incluso la misma incorporación parcial no es igual para todas las categorías ni para todos los planes a nivel comunal.

Entre las categorías de las Condiciones Generales de la Planificación sólo tres categorías están incluidas en forma parcial en todos los planes comunales. Estas categorías corresponden a la planificación integrada, la definición de ámbito de la planificación del turismo sustentable y los requisitos de un plan: ser, explícito, flexible y coherente. La parcialidad de la incorporación de la categoría de la planificación integrada, se refiere a la coordinación dentro de la misma actividad turística y en relación al conjunto de actividades que se localizan en el territorio, dejando fuera precisamente, el equilibrio adecuado de las dimensiones económica, sociocultural y ambiental del turismo, carencia que se observa especialmente en los objetivos y estrategias de los planes.

En el caso de la definición del ámbito de la planificación del turismo sustentable, en la mayoría de los casos, la incorporación parcial se refiere a la coordinación interna y externa de los planes, pero se desconoce la situación de la responsabilidad y disponibilidad de los recursos principalmente financieros. Respecto a los requisitos de un plan: ser explícito, flexible y coherente, no siempre todos han sido formulados en forma explícita y la flexibilidad no se advierte claramente.

Respecto a las otras categorías de las Condiciones Generales incorporadas parcialmente, cabe destacar la categoría de la participación y consenso de todos los actores, que se incluye en el Plan de Monte Patria. La incorporación de la categoría se considera básicamente por la participación de los actores del turismo en talleres de carácter más bien consultivos. El proceso de convencimiento de la idoneidad, de negociación y consenso de las propuestas, prácticamente es imposible de observar, especialmente por la ausencia de la descripción de las metodologías utilizadas.

La categoría de componentes claves de la calidad del producto en áreas turísticas sustentables, también perteneciente a las Condiciones Generales de la Planificación, sólo se observa su incorporación en el Plan de Desarrollo Turístico en la Comuna de La Serena. En este caso se establecen normativas pero no en relación a la preservación del patrimonio cultural y tampoco como componentes claves de la calidad de los productos turísticos. Menos aún se considera la obligatoriedad del cumplimiento de estas normas por parte de quienes gestionan las empresas y los destinos.

El resto de las categorías de las Condiciones Generales no están asociadas a ningún plan formulado en la Región de Coquimbo, reforzando con ello, la insuficiencia en la planificación de los aspectos fundamentales del desarrollo del turismo sustentable, el uso óptimo de los recursos medioambientales, el respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, la viabilidad de las actividades económicas, la equidad en la distribución de los beneficios, y la conjunción entre el territorio y la actividad turística.

En las etapas del plan la incorporación parcial deja aún mayores evidencias de las deficiencias de la planificación a nivel comunal en la Región de Coquimbo, respecto a la sustentabilidad. Las etapas de planificación consideradas en el análisis de los diferentes planes corresponden a: organización y asociación de actores, diagnóstico, construcción de escenarios y definición de objetivos, estrategias; acciones, programas y proyectos; costo y financiación del plan, evaluación y seguimiento.

La etapa de Organización y asociación de actores y su respectiva categoría de organización inicial de actores y asignación de tareas, está totalmente ausente en los planes de la Región de Coquimbo, lo que refuerza la escasa y poco efectiva participación de los actores, especialmente de la comunidad, en el proceso de planificación.

En la etapa de Diagnóstico, la única categoría síntesis que está incorporada parcialmente en todos los planes formulados es la categoría de identificación y descripción de variables. La identificación y descripción de variables en el diagnóstico de los planes formulados, en general sólo incluye antecedentes cuantitativos y de carácter más bien económico. La consideración de antecedentes cualitativos, de variables socioculturales y ambientales del sistema turístico, de variables que han incidido en la situación actual, están prácticamente ausentes. Además y si bien es cierto, se describen las variables económicas, socioculturales y ambientales del territorio donde está localizada la actividad turística, no se relacionan con las variables de la actividad turística.

Las otras categorías de esta etapa, análisis básico de interacción de variables y clasificación de tendencias y análisis estructural, no se aprecia en ninguno de los planes, demostrando con ello, que se cuenta con un conocimiento parcial de la realidad turística de la región, comuna o localidad, al no analizar la interacción de las variables, dentro del sistema turístico y de éste con el sistema territorial y de no clasificar las tendencias de las variables y analizarlas según su motricidad y dependencia.

En la etapa de Construcción de escenarios y definición de objetivos, la categoría de la definición de objetivos, se observa en forma parcial en todos los planes con excepción del plan de la comuna de Coquimbo. En general los objetivos de los planes se definen en función de los problemas detectados en el diagnóstico o en los análisis de fortalezas y debilidades del turismo. La mayoría están relacionados con uno o dos objetivos del turismo sustentable, propios de la dimensión económica. No siempre consideran las condiciones internacionales del turismo, no son evaluables en el tiempo, ni es clara su determinación en términos de recursos informativos, humanos, técnicos, financieros. Tampoco se advierte en ellos una relación con los objetivos del sistema territorial.

Las otras categorías de esta etapa, determinación de imagen objetivo, visión y/o construcción y selección de escenarios; y requisitos de objetivos, están incorporadas en forma parcial en los planes de Illapel, La Higuera (2009), Monte Patria. En los planes de las comunas de La Higuera y Monte Patria se define una imagen-objetivo, que no se vincula con el equilibrio medioambiental, sociocultural y económico; con el enfoque integrador del turismo sustentable, con la sustentabilidad aplicada a todo tipo de turismo, con la generación de experiencias significativas de los turistas para reafirmar la valoración por la sostenibilidad, con la regulación y coordinación de la actividad turística. En el plan de la comuna de Illapel se establece una visión, en la cual, no se considera la sustentabilidad aplicada a todo tipo de turismo, la regulación y coordinación de la actividad turística y la generación de experiencias significativas de los turistas para reafirmar la valoración por la sostenibilidad.

En el caso de los requisitos de los objetivos, éstos se incorporan parcialmente en los planes de las comunas de Illapel y Monte Patria. Los objetivos en los planes, en general, han sido identificados con los actores involucrados, pero no se aprecia un compromiso por parte de la comunidad y de los órganos de gobierno local en su realización. Tampoco han sido priorizados por períodos de planeación y su compatibilización con las metas no puede llevarse a cabo porque estas últimas no se determinan.

En la etapa de las Estrategias la categoría de propuesta de estrategias, se considera en todos los planes con excepción del plan de la Comuna de Coquimbo. Sin embargo, la parcialidad de la incorporación deja en evidencia que las estrategias en general son de carácter económico y en algunos casos territorial-ambientales, no incluyendo estrategias de carácter sociocultural. Tampoco en ellas se aprecia una vinculación de la actividad turística con el desarrollo global de la comuna y localidad. Si bien en el plan de La Higuera, en la proposición de las estrategias han participado actores relevantes, no queda constancia que las estrategias son el resultado de un proceso participativo, informativo y propositivo. En los otros planes, este proceso no se observa.

La categoría de estrategias específicas para áreas naturales protegidas, se integra sólo en los planes de Illapel y de La Higuera. Las estrategias en los dos planes, están referidas a áreas que forman parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Estado (SNASPE) y administradas por la Corporación Nacional de Forestación (CONAF). Son proposiciones generales, en las cuales no se contempla la integración del plan de turismo con otros planes del área protegida. Tampoco se considera la participación pública ni la resolución de conflictos entre visitantes y gestores y visitantes. Además en estas proposiciones no se observa la consideración de la diversidad biológica, el uso racional de los recursos escasos.

Las categorías de estrategias específicas para áreas urbanas y de estrategias específicas para

áreas rurales, también se consideran en el plan de Illapel. En el caso de las áreas urbanas, en el plan de Illapel, se determinan estrategias específicas para el área urbana de la ciudad de Illapel, estrategias que están relacionadas con el aprovechamiento de los atractivos para el turismo cultural y de congresos, pero estas estrategias no contemplan el marco regulatorio y coordinado del turismo sustentable, no consideran el turismo como parte del desarrollo global del área urbana, ni incorporan el mejoramiento de la calidad de los entornos.

En las áreas rurales, en Illapel, las estrategias propuestas están orientadas a aprovechar los atractivos turísticos para el turismo astronómico, agroturismo, cultural, deportivo, de naturaleza, minero y náutico en un embalse. En las estrategias propuestas para las áreas rurales, no se incorpora un enfoque sistémico, una orientación hacia la demanda y el producto, el desarrollo de técnicas de producción, la adecuación del nivel de cada actuación y no se contemplan los roles que cada actor debe jugar. Tampoco se aprecia una articulación con el resto de las planificaciones sectoriales ambientales y territoriales, ni un sistema de participación social en el que los sectores, grupos y agentes estén bien informados, participen activamente y estén coordinados de forma que cada uno asuma con responsabilidad su papel correspondiente. Asimismo no incorpora la cultura y los residentes locales al mismo nivel que los objetivos económicos, la contribución del turismo a la economía local, la promoción de la calidad de vida de la comunidad local, el desarrollo de productos basados en la cultura y tradiciones locales. Además en las estrategias no aparece claramente incorporado el uso racional de los recursos escasos: agua, energía suelo y la minimización de la contaminación del aire, del agua y de la tierra y de la generación de basuras por parte de las empresas y los visitantes.

La categoría restante de esta etapa de Estrategias, relacionada con la priorización de estrategias, no se incluye en ningún plan comunal formulado en la Región, poniendo de manifiesto la poca aplicación de los planes formulados, al no priorizar las estrategias de acuerdo a los efectos, los recursos disponibles, el tiempo, la adecuación, la viabilidad y los riesgos. Por otra parte, esta falta de priorización de las estrategias, lleva a no tener en cuenta en los planes el uso óptimo de los recursos medioambientales, el respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y los beneficios bien distribuidos, así como el enfoque del turismo como parte del desarrollo global de la localidad, comuna o región y la factibilidad de dar cumplimiento a los objetivos del turismo sustentable incorporados, criterios que deben ser considerados en una priorización de las estrategias y que su carencia ya se ha hecho notar en el análisis de otras categorías.

En la etapa de Acciones, Programas, Proyectos, la categoría de transformación de las acciones seleccionadas en programas y proyectos de inversión, se integra parcialmente en los planes de La Higuera, Andacollo, Illapel, La Higuera (2008-2012), Monte Patria.

Aunque en los diversos planes, se han establecido diferentes tipos de programas y proyectos (por áreas territoriales o temas, en otros sólo en ideas), y en algunos casos se aprecia compatibilidad con determinados objetivos de turismo sustentable, en la mayoría de ellos, no se observa el compromiso y responsabilidad de la comunidad y los gobiernos locales, comunales o regionales, de su futura ejecución y evaluación. Tampoco se establecen en ellos mecanismos de supervisión permanente e indicadores que verifiquen periódicamente el estado medioambiental, social y económico, en los cuales se han formulado y ejecutado estos programas/proyectos. Además en algunos de estos planes no se contempla la incorporación del programa de inversiones públicas como un instrumento activo para impulsar el desarrollo del turismo sustentable.

Las otras categorías de esta etapa de Acciones Programas Proyecto, relacionadas con los componentes de los programas y la evaluación de los proyectos, sólo se integran en los planes de Los Vilos y Monte Patria respectivamente. En los programas del Plan de los Vilos se especifican sólo los objetivos para cada uno de ellos. No se especifican los contenidos, cuantificación de los recursos materiales y humanos, de financiación y agentes de gestión. Tampoco se recogen y expresan las necesidades y deseos de la población residente, ni se observa la utilización del marco lógico. En el Plan de Monte Patria se exponen dos ideas de proyectos, consensuadas con la Municipalidad, seleccionadas de acuerdo a la imagen objetivo, al potencial para conseguir financiamiento externo al municipio y al menor tiempo de recuperación de la inversión. Estas ideas fueron evaluadas con el criterio de Valor Actual de Costos (VAC). Los proyectos no consideran criterios socioculturales, ambientales, institucionales, ni tampoco mecanismos de supervisión permanentes e indicadores que verifiquen periódicamente avances, resultados y efectos de los proyectos.

La Etapa de Costo y financiación del plan, en forma global, está ausente en todos los planes comunales de la Región de Coquimbo. En algunos casos, se presentan costos en la evaluación económica de proyectos.

En la Etapa de Evaluación y Seguimiento, las tres categorías de evaluación del plan ex-ante, durante y ex -post, de sistema de seguimiento del plan de desarrollo del turismo sustentable y de elaboración y aplicación de informes de avances, cuadros de control periódico e indicadores, se integran a lo más en dos planes a las vez. La primera categoría sólo se observa en el primer plan de La Higuera, en el cual, se recomienda que la Municipalidad del mismo nombre, sea la responsable de la evaluación del plan y que se identifiquen indicadores cuantitativos y cualitativos. No se establece un sistema de evaluación para la formulación, ejecución y al término del plan. La segunda categoría, sistema de seguimiento del plan de desarrollo del turismo sustentable, se incluye en el plan de Monte Patria, en el cual se propone un sistema de seguimiento del desarrollo

turístico comunal del PLADETUR y un Sistema de Gestión Turística Sustentable, en el cual se establecen los objetivos, la estructura organizacional, las principales funciones y las condiciones de la puesta en marcha del Sistema de Gestión Turística Sustentable. En los sistemas de seguimiento del plan y de gestión turística sustentable establecidos no se incluyen los instrumentos para el control de los objetivos, el análisis de las causas de incumplimiento, las desviaciones producidas, la aplicación de medidas correctoras, la adaptación de las directrices, la modificación de los presupuestos y la fijación de los nuevos horizontes. Tampoco queda explícita la coordinación ni la implementación dentro del marco regulatorio, ni se establece una actitud vigilante y de supervisión permanente para verificar el estado medioambiental, social y económico de las comunas. La tercera categoría relacionada con la elaboración y aplicación de informes de avances, cuadros de control periódico e indicadores, también se incluye en el Plan de Monte Patria y en el de Illapel. En ambos planes se establecen indicadores cuantitativos, para el seguimiento, monitoreo y gestión, especialmente de carácter económico. En el caso de Monte Patria se propone además un observatorio turístico comunal para recopilar y analizar información permanentemente sobre la oferta y demanda turística en la comuna de Monte Patria. Sin embargo en la propuesta no se aprecian indicadores cualitativos ni relacionados con las dimensiones sociocultural ni ambiental del turismo sustentable

5. Conclusiones.

La sustentabilidad en el turismo está requiriendo que los destinos turísticos cuenten con un plan para su desarrollo, pero un plan cuyos métodos permitan incorporar en cada una de las etapas de su formulación, los principios y objetivos del turismo sustentable.

Los enfoques territoriales y procedimentales de planificación aplicados hasta ahora en el turismo, han sido básicamente sectoriales, no considerando la intersección del turismo con el territorio, ni el adecuado equilibrio económico, sociocultural y medioambiental del turismo, así como la no integración con otros planes de desarrollo dentro del área en estudio. También en estos enfoques ha estado ausente la participación activa en la toma de decisiones de los actores del turismo, llegando incluso al desconocimiento o no consideración de las necesidades de la población local. Asimismo, los enfoques aplicados han estado basados principalmente en métodos cuantitativos y no cualitativos, perdiendo la flexibilidad y orientación holística, la comprensión de la realidad dentro de un contexto dado, la profundización de una situación concreta, el desarrollo de conceptos y teorías a partir de los datos, características propias de la metodología cualitativa.

Es necesario contar con criterios que permitan evaluar la sustentabilidad de los planes de desarrollo turístico, necesidad recogida por esta investigación que ha creado y definido 31

categorías procedimentales-territoriales vinculadas a categorías del turismo sustentable. Estas categorías están relacionadas con las condiciones generales y con las etapas de la planificación, las cuales han sido aplicadas a 10 planes de desarrollo turístico formulados en la región de Coquimbo entre los años 1996 y 2009 a nivel comunal.

La aplicación de las categorías procedimentales-territoriales vinculadas al turismo sustentable, han permitido por una parte validarlas y por otra recoger las deficiencias presentadas por estos planes respecto a la sustentabilidad.

6. Bibliografía.

Donaire José Antonio, González Reverté Francesc y Puertas Blásquez Javier (2005) Diseño de planes turístico del territorio. En Antón Clavé Salvador. Coordinador. Planificación territorial del turismo. Editorial UOC Barcelona España.

Eagles P. Mc Cool S y Haynes C (2002) Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión. Organización Mundial de Turismo. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. UICN-Unión Mundial para la Naturaleza.

Fariña José e Higuera Esther (1999) Turismo y uso sostenible del territorio. El senderismo como posibilidad para los pequeños municipios. Cuadernos de Investigación Urbanística. Nº28. Publicación del Departamento de Urbanismo y Ordenamiento Territorial UyOT Universidad Politécnica de Madrid.

Grande Ibarra Julio (2008) La planificación del turismo rural. En Fernández H. Carlos y Martín TM Fernando. Planificación y gestión del turismo rural. Reflexiones desde la experiencia en Canarias. Islas Canarias. España.

Hernández D. Edgar (1992) Planificación turística, un enfoque metodológico. Editorial Trillas. México.

Organización Mundial de Turismo.(OMT) Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2006) Por un turismo más sostenible Guía para responsables políticos..

Shulte Silke (2003) Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social ILPES Dirección de Proyectos y Programación de Inversiones. Serie Manuales 25 Santiago Chile Julio 2003.

Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) Gobierno de Chile (2008) Orientaciones para el diseño de un plan de desarrollo turístico en destinos turísticos (PLADETUR) Santiago Chile.

Soms G, Esteban (2007) Estrategias y planes regionales. Guía metodológica. MIDEPLAN Santiago de Chile.

Vergara, Patricio; Arrais de Souza Myrtis (2005) Planificación turística en tiempos de incertidumbre. En Ciencias Sociales Online Revista Electrónica. ISSN 0718”1671 Septiembre VolNº2 Universidad Viña del Mar Chile.

Consideraciones para la medición de capacidad de carga turística en inmuebles patrimoniales: propuesta de adaptación de la metodología utilizada en áreas silvestres protegidas.

María Carolina Casals

Miguel García Corrales

María José Solís Pérez¹

RESUMEN:

El objetivo de esta investigación es adaptar la metodología de determinación de capacidad de carga turística de áreas silvestres protegidas para su aplicación en inmuebles culturales de interés para la industria turística.

La metodología consideró; revisión de experiencias nacionales e internacionales, instancias de trabajo técnico formado por el Instituto de Patrimonio Turístico y la Unidad de Geoinformación del Patrimonio Centro Nacional de Conservación y restauración DIBAM, encuentro con actores de la industria del área patrimonial para el levantamiento de información y validación de resultados y visitas a sitios patrimoniales con actores involucrados a cargo de la administración y gestión de los mismos.

Palabras clave: Capacidad de carga turística, inmueble patrimonial, impacto, visitante, medición.

¹ Equipo investigador Instituto del Patrimonio Turístico Universidad Central de Chile, ipt@ucentral.cl

MARCO TEÓRICO

Los sitios patrimoniales con uso turístico, están constantemente amenazados debido a la expansión urbana, el turismo informal y otros factores naturales y antrópicos, que los pueden llevar a su desaparición. Teniendo en cuenta que estos sitios no son renovables, su pérdida es definitiva. Sumado a esto, la falta de herramientas de planificación de organización de visitas, conllevan a un constante deterioro de estos sitios. Por lo tanto, el manejo los visitantes, debe ser planificado con el fin de cumplir los objetivos de conservación del sitio y que no implique la desaparición de la actividad turística, que muchas veces sustenta a una localidad.

Luego del terremoto del 27 de febrero de 2010, se ha evidenciado que mientras más un patrimonio se encuentre dañado, olvidado o deteriorado, ya sea por factores naturales, como el caso de un terremoto, tsunami u otro desastre, o provocados por despreocupación, omisión o destrucción intencional, se reducirá incrementalmente su valor y consecuentemente encarecerá de mayor manera cualquier intención de conservarlo, restaurarlo, reconstruirlo o ponerlo en valor para su uso público.

Diversas entidades, entre las cuales destacan la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, han establecido una serie de metodologías para diagnosticar, catastrar y poner en valor los sitios patrimoniales con valor turístico.

Una de estas metodologías es la medición de intensidad de uso turístico que establece los niveles de impacto y establece los criterios de manejo turístico y sus estándares de calidad. Dentro de esta metodología, destaca el concepto de capacidad de carga turística, que refiere al número máximo de personas que un sitio de visita puede soportar teniendo en cuenta sus condiciones físicas, biológicas y de manejo, sin que se provoquen efectos negativos severos sobre los recursos, y sin que disminuya la calidad de la experiencia turística o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área.

Las principales aplicaciones de medición de intensidad de uso turístico se han efectuado en áreas silvestres protegidas siguiendo la metodología propuesta por la CONAF. Entre sus aplicaciones destacan las realizadas por la consultora AMBAR S.A. en el Parque Nacional Torres del Paine (2005) y EUROCHILE en San Pedro de Atacama (2007) y la Reserva de la Biosfera Lauca (2009) En estas experiencias, la medición de la capacidad de carga turística en sitios patrimoniales que se localizaban dentro de las áreas silvestres protegidas, tuvieron similar tratamiento a los sitios naturales, replicando un modelo que no necesariamente era el adecuado para los atractivos patrimoniales. Posteriormente, la

metodología diseñada fue aplicada por el Centro Nacional de Conservación y Restauración – Dibam, en el Pukará de Cerro Chena en el año 2009, detectando la necesidad de adaptar este instrumento a sitios históricos y arqueológicos, con la finalidad de obtener una herramienta que permita conservar los sitios patrimoniales, pero también abrir estos espacios para una visita controlada de visitantes y turistas locales, nacionales y extranjeros.

OBJETIVOS

La presente investigación, financiada por la Universidad Central de Chile, tiene como objetivo adaptar la metodología de capacidad de carga turística de áreas silvestres protegidas para su aplicación en inmuebles patrimoniales de interés para la industria turística.

La capacidad de carga turística es un indicador que da cuenta del número de visitantes que pueden acceder a un determinado territorio, atractivo o sitio de visita, sin deteriorar sus recursos en forma irreversible. De esta forma también se puede comprender como el máximo relativo de visitantes, que soporta un espacio turístico determinado, sin alterar, dañar o perder los recursos naturales, culturales o escénicos presentes.

Este valor tiene sentido al considerar su dimensión espacial, temporal y operacional (para que se va usar). Para la determinación de la capacidad de carga turística aplicada a inmuebles patrimoniales culturales, la investigación propone considerar criterios diferentes a los clásicamente utilizados para espacios con alta fragilidad de recursos naturales en materia de escala de análisis y cálculo, caracterización del sitio de visita y factores de corrección

METODOLOGÍA

En consideración a lo complejo que significa intervenir en temas de patrimonio con planteamientos de desarrollo, y en este caso de conservación bajo un modelo de uso productivo, que se concentre en la creación de mecanismos de gestión turística, el trabajo de investigación enfatizó la integralidad en todo su proceso de construcción, participativa y consensuada, favoreciendo formas de asociatividad para empoderar su implementación futura, y transfiriendo constantemente los resultados a través de diferentes modalidades a los actores involucrados, tanto públicos como privados.

Para la recopilación de información se utilizó el método de sistematización, el cual es un proceso de reflexión cuya función es ordenar u organizar los procesos, buscando en tal dinámica las dimensiones que pueden explicar el curso asumido por el trabajo realizado.

En cuanto al trabajo con actores involucrados, tanto públicos como privados, como

también en el interés de la Universidad en fortalecer la vinculación con el medio, la metodología consideró:

- a. *Instancias de trabajo técnico*: se estableció un grupo técnico con profesionales de la Unidad de Geoinformación del Patrimonio perteneciente al Centro Nacional de Conservación y Restauración (CNCR- DIBAM). Estas reuniones tenían como finalidad exponer los avances de la investigación, trabajar contenidos y validar los resultados principales.
- b. *Talleres de levantamiento de información y validación de resultados*: consistieron en encuentros con actores claves de la industria y del área patrimonial cuya finalidad era levantar información y validar estado de avance de resultado.
- c. *Visitas a sitios patrimoniales con actores involucrados*: en consideración de la transferencia de resultados y el involucramiento de los actores locales en la construcción y aplicación de metodología, la totalidad de las visitas a sitios patrimoniales de interés turístico se realizaron en compañía de actores locales involucrados en la administración y gestión de los mismos. Se visitaron la estación ferroviaria González Bastías, la Fundación de Naltagua, el Museo de Arte Colonial de San Francisco, el Museo de Artes Decorativas y el sitio arqueológico de Cuchipuy. Además se analizaron cinco sitios de visitación turística del Barrio Yungay.

RESULTADOS

Tras el desarrollo de la investigación, y producto del trabajo conjunto entre profesionales del IPT y CNCR, se propuso la adaptación de la metodología CONAF en los siguientes ámbitos:

- a. *Escala de análisis*: en consideración de la dimensión de uso e impacto del turismo en inmuebles patrimoniales históricos, museos y sitios arqueológicos, se propuso la modificación de escala, con la finalidad de llegar a una unidad mínima de análisis que permita una mejor comprensión del daño en el patrimonio provocado por la actividad turística. De esta manera se propusieron cuatro escalas: supra (destino), macro (área donde se inserta el inmueble patrimonial), meso (inmueble patrimonial) y micro (unidad de visita o elemento que agrega valor al atractivo turístico, por ejemplo la sala de un museo)
- b. *Seccionamiento del espacio de estudio*: En el entendido que la mayor parte de bienes culturales se localizan en áreas urbanas, la propuesta de seccionamiento

se enfoca a la definición del uso turístico actual y la intensidad de uso del área seleccionada, identificando las siguientes zonas:

- Zona patrimonial de uso restrictivo donde se encuentran áreas de interés histórico y/o cultural y áreas naturales con restricciones al uso turístico
 - Zona patrimonial de uso turístico: donde se encuentran los atractivos turísticos a visitar. Incluye áreas de interés histórico y/o cultural y áreas de espacio público
 - Zona de servicios turísticos: principalmente establecimientos de alojamiento, alimentación y comercio, y baños públicos
 - Zona de transporte y estacionamientos: zonas de aparcamiento, llegada y salida de turistas, tránsito de vehículos de sistema público y/o privado que puedan ocupar turistas.
 - Zona de transición: calles o paseos que conducen hacia el atractivo o a las áreas donde se encuentra la oferta de servicios.
- c. Caracterización sitio: la modificación se enfoca a identificar y caracterizar la unidad mínima de visitación dentro de un atractivo, por ejemplo la sala del museo. Es en esta unidad micro donde se medirá el daño del uso turístico.
- d. Cálculo Capacidad de Carga Turística: dada la naturaleza del recurso patrimonial cultural y del efecto de la visitación en la profundidad del daño en el bien, se ha estimado pertinentes establecer tres niveles cálculos de capacidad de carga turística:
- Capacidad de Carga Instantánea: capacidad de carga turística en una unidad de visita en un momento dado.
 - Capacidad de carga diaria: capacidad de carga turística en una unidad de visita dentro de un día (período diario de apertura)
 - Capacidad de Carga anual: capacidad de carga turística en una unidad de visita dentro del año.
- e. Factores de corrección: dada la naturaleza de recurso patrimonial cultural en cuanto a que no es un recurso renovable y por ende la mayor profundidad del daño provocado por turistas, se seleccionaron factores de corrección restrictivos, que velan por el resguardo del patrimonio y la calidad de la experiencia turística. Adicionalmente, se optó por aquellos factores que fuesen de fácil medición sin necesidad de contar con equipos especiales. No obstante lo anterior, aquellos museos, sitios arqueológicos y edificios patrimoniales que puedan utilizar ins-

trumentos más complejos y precisos, podrán incorporar una mayor cantidad de factores de corrección en el cálculo de capacidad de carga turística. Los factores de corrección más utilizados fueron:

-Capacidad de carga física: superficie total, superficie ocupada con recursos de exhibición (vitriñas, paneles, montajes, excavaciones, etc.) y otros fines (administrativos, bodegas, seguridad, etc.) , superficie disponible para el uso público, duración del uso, horas disponibles de uso, densidad de uso relacionado con la calidad de la experiencia turística¹.

-Capacidad de carga real: días restringidos de uso, superficie restringida, superficie disponible de uso turístico, sin riesgo de deterioro patrimonial,

-Capacidad de carga efectiva: infraestructura y sistemas de gestión². Cada variable se encuentra ponderada de tal modo que serán las más relevantes las que adquieran un mayor peso relativo.

La propuesta de adaptabilidad, y por ende la construcción de una nueva metodología de medición de intensidad de uso turístico, enfatiza en la identificación de daño en el patrimonio por uso turístico en la unidad micro de visita con la finalidad de disminuir e idealmente restringir los impactos en el patrimonio cultural producto del uso turístico. Se espera de esta forma, que la propuesta se constituya en una valiosa herramienta para la toma de decisiones por parte de los gestores de sitios patrimoniales, sobre todo en la planificación actividades y los requerimientos de oferta e infraestructura turística de un destino.

¹ La densidad de uso relacionado con la calidad de la experiencia turística se refiere a la cantidad estándar de personas por unidad de superficie (m²). En el caso de museos y edificios patrimoniales históricos, se determinará de acuerdo a la carga de ocupación definida en el artículo 4.2.4 de la Ordenanza General de la Ley de Urbanismo y Construcción, que en este caso corresponde a 3 metros cuadrados por persona. En el caso de sitios arqueológicos se fijará una densidad de acuerdo a cada caso

² Infraestructura se refiere al Conjunto de elementos representativos del estado de la infraestructura de un sitio de visita:

Señalización de información, interpretación y seguridad: señalización exterior e interior del sitio de visita que entregue información a los visitantes, apoye la interpretación del mismo y resguarde la visita.

Infraestructura de circulación de turistas: se refiere a senderos, corredores, pasillos delimitados.

Infraestructura resguardo bienes patrimoniales: infraestructura de protección del sitio como también la colección que alberga.

Infraestructura recepción de visitantes: se refiere a las áreas de bienvenida, ingreso y salida de los visitantes, como también la existencia de baños, tienda, estacionamiento si corresponde.

Sistema de gestión se refiere al conjunto de factores representativos de la gestión de un inmueble histórico patrimonial y/o sitio arqueológico en las áreas de:

Aseo y ornato: se refiere a la existencia de procedimientos y ejecución de limpieza del sitio de visita como también su mantención en cuanto infraestructura.

Control: se refiere a la existencia de protocolos y procedimientos de seguridad de visitantes, control de daño producto de las visitas (vandalismo, graffittis, incendios, etc.)

Educación y Guiado: se refiere a la existencia de programas de educación al visitante como también servicios de guiados individuales y grupales

Dirección y Administración: se refiere a la existencia de un profesional o conjunto de profesionales encargados de la dirección y administración del sitio, como también un plan de acción que permita la puesta en valor del sitio.

Adicionalmente a lo anterior, y tras la experiencia de medición de capacidad de carga turística en el Barrio Yungay, un espacio urbano y abierto, se propone considerar criterios diferentes a los clásicamente utilizados para espacios con alta fragilidad de recursos naturales, destacando el valor del patrimonio cultural material e inmaterial presente en el barrio.

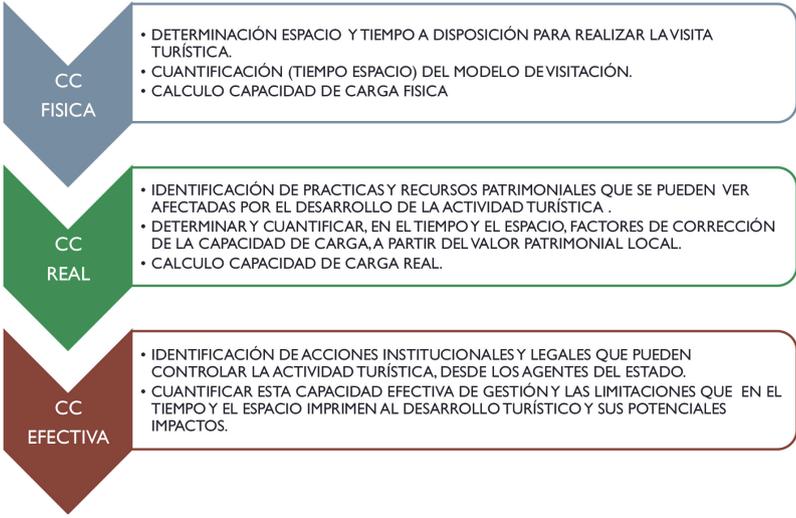


Ilustración 1: Etapas en la Determinación de la Capacidad de Carga.

La experiencia del barrio Yungay, sugiere trabajar desde el enfoque de actores gravitantes en la producción del espacio público turístico como objeto de estudio. Se recomienda la consideración de la opinión de los actores en forma transversal, tanto para la selección de sitios de visita, como para la aplicación metodológica de las mediciones de capacidad de carga y la valorización de las prácticas barriales frente al desarrollo de la actividad turísticas. Metodológicamente corresponde el desarrollo de entrevistas en profundidad, trabajo con grupos focales, preguntas *insitu* y la propia observación. En espacios abiertos y patrimoniales, como el caso del Barrio Yungay, se estimó necesario caracterizar los sitios de visita con los criterios sugeridos por UNESCO (singularidad, excepcionalidad, carga histórica, significación) y por la industria turística (concentración de atractivos y servicios, accesibilidad, disponibilidad)

CONCLUSIONES

La propuesta de adaptabilidad enfatiza en la identificación de daño en el patrimonio por uso turístico en la unidad micro de visita con la finalidad de disminuir e idealmente res-

tringir los impactos en el patrimonio cultural producto del uso turístico. Se espera de esta forma, que la propuesta se constituya en una valiosa herramienta para la toma de decisiones por parte de los gestores de sitios patrimoniales, sobre todo en la planificación actividades y los requerimientos de oferta e infraestructura turística de un destino.

En el marco de lo anterior, el equipo técnico compuesto por profesionales del IPT y CNCR, han considerado como premisas básicas para la aplicación de una metodología de intensidad de uso turístico en sitios arqueológicos, museos e inmuebles históricos patrimoniales que:

-El uso turístico del patrimonio cultural debe ser validado por la comunidad local, respetando los límites de participación de los turistas y siendo participe la comunidad de las decisiones de transformación del patrimonio para la industria.

-No todos los bienes patrimoniales son de interés para los mercados turísticos, por lo que solamente una parte del patrimonio cultural puede ponerse en valor para su uso turístico. Esta situación lleva a plantear la existencia de un patrimonio turístico que se configura a partir una transformación de un bien con condiciones de accesibilidad temporal, espacial, económica y psicológica, respetando la sustentabilidad económica, social y ambiental del mismo y su entorno.

-Los sitios patrimoniales deben contar con condiciones de conservación y protección que permitan su uso turístico sin hacer peligrar el recurso. En caso de no contar con ellas, no es recomendable bajo ningún aspecto la apertura del sitio para la industria turística.

-La gestión de los sitios patrimoniales con uso turístico requieren de un enfoque para la puesta en valor del mismo que incorpore elementos de promoción, comercialización y generación de experiencia turística, siendo necesario el trabajo coordinado de agentes culturales y turísticos.

-Se disponga de un equipo multidisciplinario que aplique la metodología según corresponda tanto del área patrimonial como turística.

BIBLIOGRAFÍA

AMBAR (2001) “Estrategias y Acciones para la Conservación, Uso y Aprovechamiento Sustentable de los Recursos Patrimoniales de Isla de Pascua”. Santiago.

BROOKS, GRAHAM (1993) Visitation to major Heritage sites- some essential planning considerations, en ICOMOS. Cultural Tourism. Sri Lanka. Central Cultural Fund Publication, páginas 14-19.

CIFUENTES, MIGUEL (1992). “Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas”. San José de Costa Rica. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza CATIE.

CORPORACION NACIONAL FORESTAL (2004) “Política para el desarrollo del ecoturismo en áreas silvestres protegidas del estado y su entorno” Santiago. CONAF

CORPORACIÓN NACIONAL FORESTAL (2000) “Metodología para determinar intensidad de uso público en áreas silvestres protegidas”. Santiago. CONAF

CORPORACION NACIONAL FORESTAL (2002) “Estudio Capacidad de Carga Turística Isla Damas Reserva Nacional Pingüino de Humboldt” Santiago. CONAF

CUCCIA, TIZIANA AND CELLINI, ROBERTO (2007). “Is cultural heritage really important for tourists? A contingent rating study; Applied Economics”. 39:2, páginas 261-271.

DAYAPRIYA, NAVARATNE AND ATHULA AMARASEKERA (1993) “Managing visitors at cultural sites with special reference to Dambulla and Anuradhapura World Heritage sites of the cultural triangle of Sri Lanka en ICOMOS . Cultural Tourism, Sri Lanka. Central Cultural Fund Publication, páginas 146-148

ERTUK, NEVRA (2006) “A management model for archeological sites museums in Turkey; Museum Management and Curatorship” 21:4, páginas 336-348.

EUROCHILE (2004) “Estudio de Capacidad de Carga Turística del Parque Nacional Torres del Paine”. Santiago. EuroChile.

EUROCHILE (2006) “Estudio de Capacidad de Carga Turística de San Pedro de Atacama”. Santiago. EuroChile. EUROCHILE (2009) “Estudio de Capacidad de Carga de la Reserva de la Biosfera Lauca”. Santiago EuroChile

FEILDEN, BERNARD (1993) "Conservation and tourism, en ICOMOS. Cultural Tourism". Sri Lanka. Central Cultural Fund Publication, páginas 59-65.

HANG, PAUL; LEUNG, KIN AND KONG, CREAMY (2001); Heritage Management and Control: The case of Egypt; Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism; 2:1, páginas 105-117.

HELMY, EMAN AND COOPER, CHRIS (2002) "An Assessment of Sustainable Tourism Planning for the archaeological heritage: The case of Egypt", Journal of Sustainable Tourism, 10:6, páginas 514-535

HO, PAMELA S.Y. AND MCKERCHER BOB (2004). "Managing Heritage resources as tourism products; Asia Pacific Journal of Tourism Research"; 9:3, páginas 255-266.

LANDORF, CHRISTINE (2009) "Managing for sustainable tourism: a review of six cultural World Heritage sites, Journal of Sustainable Tourism", 17:1, páginas 53-70.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2004). "Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural- Guía Práctica". Madrid. Organización Mundial del Turismo.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005) "Informe de Seminario La gestión de la saturación en los destinos turístico de éxito". Madrid. Organización Mundial del Turismo.

PEDERSEN, ARTHUR (2005) "Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual Práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial". París. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

RAUCH, MARCOS (2008) "Patrimonio Cultural y Áreas Silvestres Protegidas". Revista Chile Forestal 319: páginas 2-12

SCHEFFLER, NILS (2010). "Cultural Heritage Integrated Management Plans". Thematic Report 4; European Unión- URBACT.

UNIVERSITY OF THE AEGEAN (2002). "Defining, measuring and evaluating carrying capacity in european tourism destinations". Athens. European Commmission.

Metodología para el Estudio del Impacto de la Actividad Turística Argentina en los Fines de Semana Largos del año 2014¹

Legislación y turismo, regulación laboral de un sector estacional

Lic. Jorgelina Dunjo / Lic. Natalia Servalli²

Resumen

Debido a que el turismo genera efectos económicos, medioambientales, sociales y culturales sobre el entorno en el que se desarrolla, la medición de las variables intervinientes puede contribuir a controlar el impacto del sector sobre las comunidades locales y el medio ambiente.

La República Argentina, por medio de las políticas públicas, ha impulsado el crecimiento y fortalecimiento de la actividad turística a través del ordenamiento de los feriados nacionales y de la creación de los llamados “puente turístico”. La medición de dichas políticas resulta fundamental para establecer su éxito o fracaso dentro de las comunidades locales.

Es así que en este trabajo se ha desarrollado una metodología para la medición del impacto económico del turismo a fin de que las decisiones relacionadas con el desarrollo económico del mismo sean eficientes, efectivas y sostenibles.

Palabras Clave: Turismo interno- Impacto turístico- Políticas Turísticas- Estacionalidad Turística- Feriados

¹ La investigación que da lugar a esta ponencia se enmarca en el proyecto de investigación titulado “Estudio sobre el Impacto Económico Generado por los Eslabonamientos del Sector Turístico en una Localidad de la Provincia de Buenos Aires” (Proyecto de Reconocimiento Institucional UNSAM 2013/2014).

² Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo (CIDEtur), Escuela de Economía y Negocios (EEyN), Universidad Nacional de General San Martín (UNSAM) Caseros N°2241 – Gral. San Martín (1650) – Buenos Aires – Argentina (011) 4580-7250 Interno: 136 / 7 jdujo@unsam.edu.ar // nservalli@unsam.edu.ar

Marco Teórico

El turismo es una actividad socioeconómica generalizada, de carácter complejo y multidisciplinar, ya que el mismo engloba una gran variedad de sectores económicos y de disciplinas académicas (OMT, 1998).

Este sector tiene notables efectos económicos, medioambientales, sociales y culturales sobre el entorno en el que se desarrolla. Siendo el eje de las economías de muchos países, genera ingresos genuinos, que pueden ser tanto directos –por el pago de servicios vinculados específicamente con la actividad (alojamiento, empresas de viajes, restaurantes, transporte, comunicaciones, entre otros)–, como indirectos –debido al impacto del gasto turístico en otros sectores relacionados parcialmente con el turismo–.

En el desarrollo de la actividad turística intervienen variables exógenas –políticas, sociales, económicas y demográficas–, variables de la oferta –tecnológicas, empresariales, legislaciones– así como variables relativas al consumidor –comportamientos, necesidades, costumbres, etc. – (OMT, 1998). La medición de las variables intervinientes en las políticas públicas podría contribuir a controlar el impacto del sector turístico sobre las comunidades locales y el medio ambiente.

Tanto el sector público como el privado, las organizaciones internacionales, el llamado tercer sector y la sociedad civil cumplen un rol fundamental en el éxito o fracaso de las distintas políticas públicas que pueden contribuir al bienestar de la sociedad en su conjunto.

El turismo, en tanto se trata de una actividad compleja y dinámica, se encuentra atravesado e interconectado con una gran cantidad de políticas públicas que lo afectan, tales como: económicas, de transporte, de infraestructura, de comunicaciones, migratorias, sanitarias, laborales, ambientales y culturales (Villar, 2009).

Según diversos autores –entre ellos Subirats (1994), Oszlak y O'Donnell (1995), y Meny y Thoenig (1992)–, las políticas públicas son parte de un proceso permanente de toma de decisiones que generan acciones –u omisiones– que conducen a la definición de un problema y al intento de resolverlo, en donde la autoridad gubernamental es el actor central pero no es el único actor activo, puesto que se mueve en interdependencia con otros (Villar, 2009).

De acuerdo a Oszlak (1980), la implementación de políticas públicas ha sido considerada como actividad de la administración pública o del Poder Ejecutivo. El origen del concepto parte de la clásica división tripartita de poderes. Estas políticas se originan en

la estructura y funciones de la administración pública, que comprende una relación necesaria y recursos humanos, materiales y financieros; entre unidades sustantivas y unidades de apoyo; entre niveles de conducción, planificación e implementación.

Por ello, esclarecer en cada situación la naturaleza del tipo de interdependencia–interdependencias materiales y presupuestarias; funcionales y jerárquicas– y las características del régimen político es un prerequisite, tanto para la viabilidad y pertinencia de las políticas como para interpretar su sentido y consecuencias sociales. Estos dos parámetros modifican el estilo de gestión estatal y el contenido e impactos de las políticas públicas, que guían a los hombres hacia el bien común¹.

De esta manera, conocer y explicar estos comportamientos de los distintos actores estatales, puede conducir a “procesos de formulación e implementación” más sensibles a la complejidad de la dinámica intraburocrática y a las restricciones del contexto político.

Además, el Estado, entendido como una construcción social y un producto histórico que, de acuerdo al régimen político vigente, se adapta a las transformaciones sociales y políticas, es el principal responsable de la implementación de políticas. El mismo contempla un concepto político que se refiere a una forma de organización social, política, soberana y coercitiva, formada por un conjunto de instituciones, que tiene por facultad regular la vida nacional en un territorio determinado.

La actividad turística depende del sector público para su adecuado desarrollo. Entre las funciones del Estado, relacionadas con el turismo, se pueden mencionar (Villar, 2009):

-Planificación. Esta función contempla:

- planificación urbana y territorial, que organiza y regula el uso del suelo y asigna determinadas características a los territorios bajo jurisdicción del Estado. Por ejemplo, planificación de áreas protegidas, instalación de la planta turística, etc.
- planificación estratégica, que puede ser sólo del tipo turística o ser incorporada en el marco de una perspectiva mayor en la que participa el turismo como sector.

-Regulación. Esta potestad puede ser aplicada sobre:

- el turista en aspectos sanitarios, migraciones y aduanas.
- las empresas a través de las habilitaciones e inspecciones, y la regulación y control de tipo fiscal y laboral.

1 Concepto entendido como aquello de lo que se benefician todos los ciudadanos o toda la gente.

- los productos y recursos turísticos, tales como el medio ambiente, las áreas protegidas y los sitios de patrimonio histórico o cultural.

-Impulsor de la actividad turística. Esta función comprende:

- la promoción de los destinos turísticos, es decir, estrategias destinadas a mejorar la competitividad de los lugares a través del marketing, la marca ciudad y la utilización de las nuevas tecnologías de comunicación.
- el desarrollo de infraestructura, como por ejemplo, obras públicas urbanas y regionales ligadas al transporte (aeropuertos, puertos, rutas, etc.), obras de comunicación (telefonía e internet) y obras relacionadas con el suministro de energía (agua potable, etc.).

El desarrollo de políticas públicas en el turismo involucra una convergencia de aspectos que deben ser comprendidos y analizados de forma integrada en el planeamiento de dichas políticas, teniendo conciencia del papel del Estado en ese proceso.

En Argentina, las políticas públicas aplicadas al turismo han tomado tal relevancia en los últimos tiempos que por primera vez se tiene un ministerio nacional abocado a tales tareas. Con el propósito de impulsar la actividad turística en todos los aspectos, el Ministerio de Turismo de la Nación (MINTUR) tiene la visión de convertir a la República Argentina en el país mejor posicionado turísticamente de Sudamérica por la calidad y diversidad de su oferta, basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat e identidad de sus habitantes. Asimismo, la misión del MINTUR es la de promover las condiciones óptimas de competitividad que conduzcan al desarrollo equilibrado y sustentable del sector turístico argentino y a la mejora en la calidad de vida de residentes y visitantes.

La Ley Nacional de Turismo N° 25.997, sancionada en 2004 y promulgada en 2005, en su artículo primero “declara al turismo de interés nacional como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado” y propone como marco para fijar las políticas nacionales de la actividad turística al Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) 2020.

Así, el PFETS toma como premisa fundamental al turismo interno, receptivo y social para el “desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional”. En este sentido, el turismo interno, por su capacidad distributiva de los recursos es concebido como columna vertebral del turismo nacional y como plataforma de apoyo para el turismo receptivo. También por su contribución al desarrollo regional y rural es considerado como una herramienta para la atenuación de la pobreza. De esta manera, se promueve el aumento y la

distribución más equilibrada de su demanda hacia los corredores potenciales y áreas con vocación turística identificadas en el plan.

Es por ello que el turismo puede ser considerado como un generador de beneficios sociales y económicos y por lo tanto, los esfuerzos destinados al incremento de la actividad contribuyen al desarrollo equitativo del país, a través del impulso de políticas públicas turísticas que resulten favorables a largo plazo.

Una contribución significativa al crecimiento y fortalecimiento de la actividad es el ordenamiento de los feriados nacionales. “La creación del calendario de feriados –que incorpora un reacomodamiento de los mismos así como un establecimiento de los denominados “puente” turístico–, se basó en los Decretos Nacionales N°1.584/2010 y N°1.585/2010, que establecen de forma definitiva los días feriados que pueden trasladarse y aquellos que resultan inamovibles, a través de un solo texto normativo”.

El PFETS hace referencia a dicha temática: “La estrategia de distribución criteriosa de los feriados a lo largo del año busca el logro de varios objetivos: por un lado, la previsibilidad que permite, con una antelación de tres años, la planificación de las pausas laborales y los desplazamientos. Por otro lado, la disminución de los efectos negativos de la estacionalidad genera una mejor distribución en el tiempo de los flujos de los turistas, con una consecuente reducción del porcentaje de capacidad ociosa instalada en los espacios turísticos, lo que permite la diversificación de la oferta. De este modo, se reduce la presión que ejerce la actividad turística en algunos destinos convencionales, con el consecuente desarrollo de los emergentes” (MINTUR, 2004)

Por lo expuesto, es importante destacar que estos esfuerzos por redistribuir los días feriados contribuye a reducir el impacto negativo que produce la estacionalidad de la demanda tales como la falta de inversión y la generación de empleo que no sea de carácter genuino.

Su medición resulta fundamental a fin de establecer el éxito o fracaso de la implementación de políticas públicas por parte del Estado Nacional y del cumplimiento de su rol como impulsor de la actividad turística.

En trabajos anteriores hemos tratado esta temática estimando el impacto económico dentro del sector turístico que generaría la incorporación de los nuevos feriados largos en el año 2011 (Dunjo y Servalli, 2011).

Posteriormente, se efectuó una estimación de la cantidad de llegadas que involucran los fines de semana largos del año 2012 y del gasto que los turistas generan en las mismas,

además de observar cómo están impactando estas llegadas en el total de las mismas y en comparación con las producidas en otros momentos del año (Dunjo y Servalli, 2012). En esta oportunidad se incluye el Decreto Nacional N° 1768 del año 2013 que establece los próximos feriados a lo largo de los siguientes tres años.

De esta manera, para la estimación del impacto de la actividad turística se han tenido en cuenta la evolución del turismo entre los años 2003 a 2012, tanto en el total de las llegadas por Turismo Interior –interno y receptivo– como en los Fines de Semana Largos del mismo periodo.

Por otra parte, se han obtenido resultados que tienen que ver con el movimiento turístico del Turismo Interno –residentes de un país que viajan únicamente dentro de ese país–, durante todo el año y en los Fines de Semana Largos del año 2012 en los niveles nacional y regional.

Lo arriba expuesto se corresponde con los objetivos de la investigación y la metodología utilizada.

4. Objetivos

El objetivo general del trabajo es desarrollar una metodología de estimación del impacto económico del turismo a fin de que las decisiones relacionadas con el desarrollo económico del mismo sean eficaces, efectivas y sostenibles.

Además, entre los objetivos específicos se incluye conocer cuál es la repercusión que en la actividad turística producen los Fines de Semana Largos a partir de la implementación de políticas públicas, específicamente mediante la creación e implementación de los decretos nacionales N°1.584/2010 y 1.585/2010 que reordenan los días feriados y establecen los denominados “puente turístico”.

Por último, estimar la cantidad de llegadas que involucran los Fines de Semana Largos, el gasto por turista y el gasto turístico total, para luego evaluar su impacto económico dentro del sector turístico.

5. Metodología

La metodología utilizada consistió en la realización de un Modelo de Regresión Lineal de Mínimos Cuadrados. Se usaron para ello, tres ecuaciones distintas a partir de supuestos alternativos.

Se utilizó información oficial provista por el Ministerio de Turismo sobre la cantidad de llegadas a todos los destinos del país en los Fines de Semana Largos entre los años

2003 a 2012 y los datos sobre turismo interno de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de Argentina (EVyTH) del año 2012.

Para la actualización del gasto por turismo se utilizó el Índice de Salarios que proporciona mensualmente el Instituto de Estadísticas y Censos de la República Argentina (INDEC).

6. Resultados

6.1. Estimación del Impacto de la Actividad Turística

Para el estudio se tomaron en cuenta los siguientes días feriados, que dependiendo de cómo se ubican dentro del calendario de los años 2014, 2015 y 2016, se establecen Fines de Semana Largos:

- Feriado por Carnaval: 2 días del mes de febrero.
- Feriado por el Bicentenario de la Creación y Primera Jura de la Bandera Argentina: 27 de febrero (sólo para el 2012). El mismo se rige por Ley N°26.721/11 y decreto de Promulgación N°245/11.
- Feriado por el Día Nacional de la Memoria por la Verdad y la Justicia: 24 de marzo.
- Feriado por el Día del Veterano y de los Caídos en la Guerra de Malvinas: 2 de abril.
- Feriado por Semana Santa: jueves y viernes Santo de marzo y/o abril según se trate.
- Feriado por el Día del Trabajador: 1° de mayo.
- Feriado por el Día de la Revolución de Mayo: 25 de mayo.
- Feriado por el Paso a la Inmortalidad del General Manuel Belgrano: 20 de junio.
- Feriado por el Día de la Independencia: 9 de julio.
- Feriado por el Paso a la Inmortalidad del General José de San Martín: 20 de agosto.
- Feriado por el Día del Respeto a la Diversidad Cultural: 12 de octubre.
- Feriado por el Día de la Soberanía Nacional: 20 de noviembre.
- Feriado por el Día de la Inmaculada Concepción de María: 8 de diciembre.

Cabe resaltar que es conocido que los viajes realizados en los Fines de Semana Largos tienen preferentemente un destino interno. De acuerdo a la OMT (1998), en este tipo de turismo no hay entrada ni salida de divisas, pero se originan beneficios económicos como la distribución de la renta.

Por esta razón, tanto para la estimación de la cantidad de llegadas como del consumo turístico que ello implica, se han tenido en cuenta los resultados de la encuesta sobre turismo interno de los residentes de Argentina –Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de Argentina EVyTH– del año 2012. Dicha encuesta mide y caracteriza el flujo y el gasto

de los viajes turísticos (viajes con pernoctación y visitas de un día o excursiones) que las personas residentes de un país realizan dentro del entorno nacional (MINTUR, 2012a).

Así, la EVyTH se realiza en forma mensual entrevistando telefónicamente unos 2.400 hogares residentes en las capitales de todas las provincias argentinas y en los aglomerados urbanos que no son capitales pero cuya población es superior a los 100.000 habitantes. Ambos casos concentran alrededor de 2/3 de la población total del país (MINTUR, 2012a).

De esta manera, de los 29.330.600 turistas que se movilizaron alrededor del país por turismo interno en el año 2012, se destacan las siguientes características:

- El 93,5% de los turistas viajan por motivos de esparcimiento, ocio y recreación o por la visita de familiares o amigos (60,6% y 32,9% respectivamente). El resto de los motivos se completa con motivos de trabajo, profesionales y otros (6,5%).

- El alojamiento más demandado, por un 68,0% de los turistas, son las viviendas (segunda vivienda del hogar; vivienda de familiares y amigos; y la vivienda alquilada por temporada). Le siguen los hoteles o similares hasta 3 estrellas (20,4%), el camping (7,3%), los hoteles o similares de 4 ó 5 estrellas (3,6%) y otros alojamientos (0,8%).

- El medio de transporte principal utilizado por los turistas es el automóvil (65,9%), seguidos por el ómnibus (27,7%), el avión (3,3%) y el resto (3,2%).

Se entiende que éstas características tienen una influencia especial en el monto de gasto efectuado por los turistas que deciden viajar alrededor de Argentina.

6.1.1. Estimación de las Llegadas de Turistas

Para la estimación de las llegadas involucradas en los días feriados que acompañan los Fines de Semana Largos, se utilizó la información que el MINTUR ofrece sobre Turismo Interior desde el año 2003 hasta el 2012. Los datos sobre Turismo Interior –que constituyen la suma del turismo interno y el receptivo a los distintos destinos del país– muestran la evolución de llegadas realizadas por los propios residentes de Argentina y por los no residentes en la temporada estival e invernal y especialmente en los Fines de Semana Largos. Cabe aclarar que la captación, evaluación, procesamiento y análisis de los datos de Turismo Interior es realizada por el MINTUR, tomando como fuente de información la que otorgan los Organismos Provinciales y Municipales de Turismo de todo el país.

En este caso, para la estimación de la cantidad de llegadas que involucrarían los Fines de Semana Largos (FSL) del año 2014, se realizaron tres estimaciones utilizando el Modelo de

Regresión Lineal de Mínimos Cuadrados¹. En la primera ecuación (A) se tomaron en cuenta la cantidad de llegadas en función de los días involucrados en los Fines de Semana Largos; en la segunda ecuación (B) se consideraron la cantidad de llegadas dependiendo del número de feriados largos y los días involucrados en ellos; por último, en la tercera ecuación (C) sólo se consideraron la cantidad de llegadas en función de los feriados largos del año 2014.

Los resultados de dichas ecuaciones se detallan a continuación:

| | | |
|-----|---|--------------|
| (A) | $llegadas = 268.714,0 \text{ días};$ | $r^2 = 0,78$ |
| (B) | $llegadas = -220.212,8 - 3.869.115 \text{ FSL} + 1.462.046 \text{ días};$ | $r^2 = 0,97$ |
| (C) | $llegadas = 870.744,5 \text{ FSL};$ | $r^2 = 0,69$ |

Cabe destacar que el coeficiente de determinación r^2 permite representar el grado de relación existente entre las variables. Es así que, de acuerdo a las estimaciones realizadas, el 97% del número de FSL y de días involucrados en los mismos explica la cantidad de llegadas en FSL del año 2014, indicando el alto grado de dependencia de las llegadas respecto de los FSL y días involucrados en los mismos en el año 2014. Es decir, se seleccionó el modelo B por considerar que es el que tiene el mejor ajuste. Además, se cumple con los supuestos del Modelo Clásico.

Dado lo anterior, se llegó a estimar un total de 10,8 millones de llegadas de turistas para los Fines de Semana Largos del año 2014. Dicha cantidad de llegadas es mucho menor a la ocurrida durante el año 2012, considerando que se debe a que la cantidad de feriados largos y días involucrados disminuye casi a la mitad.

6.1.2. Estimación del Gasto Efectuado

Desde el punto de vista económico, la demanda turística es una magnitud monetaria, por lo que la OMT (1998) hace referencia al gasto por turismo que se define como “el gasto realizado por un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino”.

A fin de estimar el consumo total de los turistas que habrían de movilizarse en los Fines de Semana Largos de los años 2014, 2015 y 2016, se hacen necesarios datos que respondan a los siguientes conceptos (INDEC, 2012):

- Gasto turístico total: corresponde a la suma del valor monetario del conjunto de bienes y servicios que cada uno de los turistas ha adquirido y/o utilizado durante su permanencia en el lugar visitado.

¹ El método de mínimos cuadrados ordinarios es un modelo teórico que permite hacer mínima la suma al cuadrado de los errores cometidos (residuos) en el ajuste. A través de éste tipo de modelo se puede determinar la importancia o el impacto que las variables exógenas (cantidad de FSL y/o días involucrados en los FSL), ejercen sobre el comportamiento de la variable endógena (llegadas).

- Gasto por turista: es una medida aproximada de lo que cada turista gasta en promedio en un viaje.
- Pernoctaciones: representa la cantidad de noches que los turistas permanecen alojados en el lugar de destino. Esta variable, asociada con el tipo de alojamiento utilizado, es la unidad de medida más representativa a los efectos del cálculo del gasto turístico.

Se utilizó información sobre el gasto efectuado por los turistas que se movilizaron en Argentina por turismo interno en los Fines de Semana del año 2012. En este sentido, según la EVyTH del año 2012, el promedio de gasto producido en los Fines de Semana Largos por los turistas con destino principal en Argentina fue de \$ 692,2.-

Además, de acuerdo a una estadía promedio de 3,7 días –lo que dura un Fin de Semana Largo– el gasto promedio diario fue de \$ 188,9.- Dicho monto está influenciado por las características internas de los viajes y se asemejan al carácter familiar de los mismos. Ellas son: la utilización del automóvil como medio de transporte, el predominio del alojamiento en viviendas (segundas, prestadas y/o alquiladas), la proximidad de los lugares visitados y la estadía reducida del viaje, de ahí que generen un gasto por persona relativamente pequeño.

Así pues, utilizando dicha información proporcionada por la EVyTH del año 2012, y entendiendo que un individuo gastaba \$188,9.- por día por turismo interno y que además éste mantiene constante su comportamiento, se procedió a actualizar ese valor por el Índice de Salarios, correspondiente al mes de febrero de 2014 (nivel general: 52,34, base abril de 2012=100).

Cabe aclarar que el Índice de Salarios estima la evolución de los salarios pagados en la economía, aislando al indicador variaciones relacionadas con conceptos tales como cantidad de horas trabajadas, ausentismo, premios por productividad, y todo otro concepto asociado al desempeño o las características de individuos concretos. Para su elaboración se realizan estimaciones tomando en cuenta tres sectores: el sector privado, el privado no registrado y el sector público (INDEC, 2014b).

Conforme a lo anterior, se utilizó este indicador para el ajuste, por entender que está más relacionado con el comportamiento del gasto de los turistas, es decir, la demanda. El valor resultante, estimado en \$287,8.-, se lo multiplicó por la estadía promedio de 3,7 días que se asumió duran los feriados considerados. Cada Fin de Semana Largo significó un gasto de \$1.064,9.- por turista, que contemplando la cantidad de llegadas estimadas para los fines de semana del año 2014, el gasto resultaría en 11.499 millones de pesos.

Estimación del Consumo Total y de las Llegadas en FSL para el año 2014

| Variabes | Valor |
|---------------------------|------------------------------|
| Gasto por pernoctación | \$ 287,8.- |
| Estadía promedio | 3,7 días |
| Gasto por turista por FSL | \$ 1.064,9.- |
| Total de llegadas en FSL | 10.798.201 |
| Consumo total | 11.499 millones de \$ |

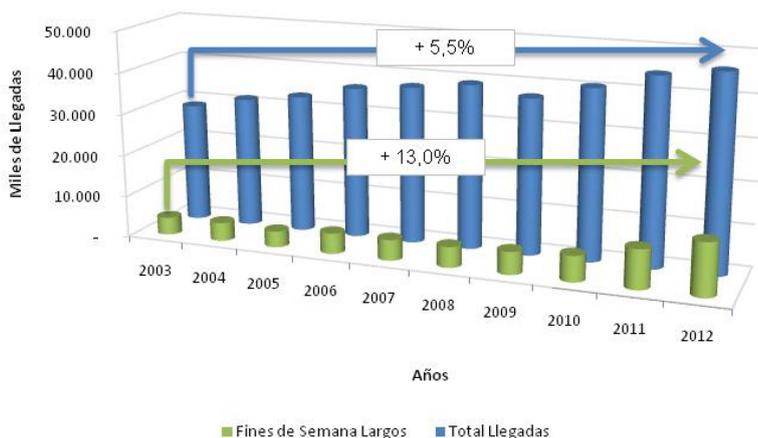
Fuente: Elaboración propia.

6.2. Impacto de los Fines de Semana Largos

A fin de poder estudiar en profundidad el desarrollo de la actividad turística en los días feriados alrededor de la República Argentina, surgió la necesidad de analizar las llegadas producidas en los Fines de Semana Largos respecto de otros indicadores relevantes.

Entre los años 2003 a 2012 las llegadas por turismo interior tuvieron una tasa de crecimiento medio anual del 5,5%. En tanto que el movimiento de turistas en los Fines de Semana Largos –incluida Semana Santa– se ha incrementado en promedio el 13,0% anual, siendo notablemente superior al aumento registrado en el total de llegadas. Esto podría deberse, principalmente, al reacomodamiento de días feriados en el calendario que han fomentado los paseos y descansos cortos a lo largo del año.

Miles de llegadas de turistas por turismo interior: Total v fines de semana largos. Años 2003-2012

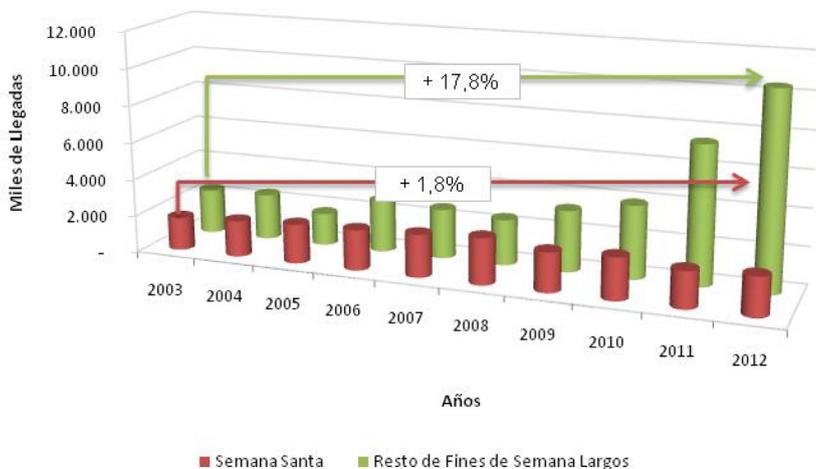


Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINTUR (2014).

Comparando para el período 2003-2012 el incremento de las llegadas por turismo interior producidas en Semana Santa con el Resto de los Fines de Semana Largos, se observa una clara tendencia creciente de esta última modalidad mencionada.

Las llegadas de los Fines de Semana Largos –sin Semana Santa–, con un incremento promedio del 17,8% anual, lograron un mayor protagonismo respecto de las llegadas de Semana Santa que tuvieron un crecimiento promedio anual del 1,8%.

*Miles de llegadas de turistas por turismo interior
Semana Santa y Resto de Fines de Semana Largos. Años 2003-2012*



Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINTUR (2014).

A las comparaciones realizadas se suman las características que tomaron las llegadas por turismo interior en los Fines de Semana Largos del periodo 2003-2012, cotejadas con el movimiento producido por los vehículos pasantes en puestos de peaje¹, las salidas de ómnibus de la terminal Retiro² y los pasajeros transportados en vuelos de cabotaje³. Para dicho cotejo se elaboró un índice con las variables mencionadas, utilizando el año 2003 como año base. Así, pudo observarse que todas ellas tuvieron un crecimiento promedio positivo en el periodo mencionado, siendo de 13,0% promedio anual para las llegadas de Fines de Semana Largos, de 6,7% para los vehículos pasantes, de un 1,8% para las salidas de ómnibus y de un 6,0% para los pasajeros de vuelos de cabotaje. De esta manera, a través del siguiente gráfico puede mostrarse como todos los indicadores del transporte acompañan al movimiento turístico en dichos años. Es de destacar el movimiento de vehículos

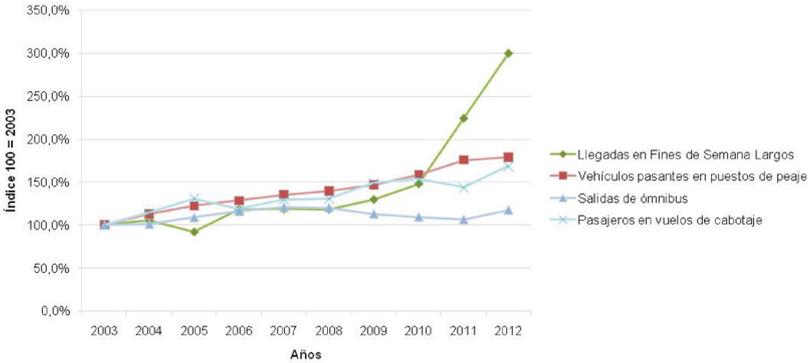
1 Vehículos pasantes por puestos en rutas nacionales, en rutas de la Provincia de Buenos Aires y en accesos a la Ciudad de Córdoba. Se trata de automotores livianos (comprenden motocicletas, vehículos de dos ejes y hasta 2,10 m de altura), colectivos y camiones livianos (comprende vehículos de hasta cuatro ejes y menos de 2,10 m de altura) (INDEC, 2014a).

2 Cantidad de ómnibus que salen de la Terminal de Ómnibus de Retiro. Fuente: Comisión Nacional del Transporte (INDEC, 2014a).

3 Incluye los pasajeros transportados por las empresas que prestan servicios regulares. Fuente: Dirección Nacional de Transporte Aerocomercial (INDEC, 2014a).

pasantes en rutas nacionales, en rutas de la Provincia de Buenos Aires y en accesos a la Ciudad de Córdoba, ya que una de las características del turismo interno es la utilización del automóvil o similar como medio de transporte (65,9%) de acuerdo a la EVyTH 2012.

*Índice de llegadas en Fines de Semana Largos por turismo interior y transporte interno
Años 2003-2012*



Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINTUR e INDEC.

7. Conclusiones

Los resultados hallados en esta investigación constituyen una clara demostración de la importancia del turismo interno como motor de las economías regionales, dinamizando las locales. Esto favorece a la redistribución de los ingresos económicos y fomenta la competitividad en los destinos turísticos.

Se llegó a estimar un total de 10,8 millones de llegadas de turistas para los Fines de Semana Largos del año 2014. Estos datos son compatibles con las series disponibles, pudiendo observarse que las llegadas producidas en los Fines de Semana Largos representarían alrededor del 25% del total de llegadas ocasionadas por Turismo Interior. Esto significa que, un gran porcentaje de la población que se moviliza por turismo en nuestro país preferiría esta modalidad turística para viajar.

Además, suponiendo que un individuo mantiene constante su comportamiento desde el año 2012 –año de realización de la EVyTH–, el gasto resultante para el total de llegadas en los Fines de Semana Largos del año 2014, sería alrededor de 11.500 millones de pesos. Todo ello teniendo en cuenta una estadía promedio de 3,7 días. Cabe destacar que el Producto Bruto Interno del sector Hoteles y Restaurantes del año 2012 es de 11.137 millones de pesos a precios de 1993 (INDEC, 2014c).

De acuerdo a la evolución de la actividad turística en el periodo observado (2003- 2012), el movimiento de turistas en los Fines de Semana Largos –incluida Semana Santa– se ha incrementado en promedio el 13,0% anual, siendo notablemente superior al movimiento registrado en el total de las llegadas por Turismo Interior (5,5%).

Además, las llegadas de los Fines de Semana Largos –sin Semana Santa– tuvieron un incremento promedio del 17,8% anual en dicho periodo, logrando así un mayor protagonismo respecto de las llegadas de Semana Santa que adquirieron un crecimiento promedio anual del 1,8%.

Si a estas comparaciones se suman las características del movimiento turístico reflejado en el transporte, puede advertirse que tanto los vehículos pasantes en rutas nacionales como las salidas de ómnibus con destino nacional y los pasajeros en vuelos de cabotaje tuvieron un crecimiento promedio positivo entre los años 2003-2012 (6,7%, 1,8% y 6,0% respectivamente). Estos indicadores de transporte acompañan al movimiento turístico del periodo señalado.

Esto se debe a que, el establecimiento de políticas públicas –mediante la implementación de los decretos mencionados que impulsan los paseos y descansos cortos–, representa un gran motor de activación para los centros turísticos, lo cual contribuye a reducir el impacto negativo producido por la estacionalidad de la demanda.

La medida propuesta de establecer feriados que aumenten la cantidad de Fines de Semana Largos, hace que la frontera entre la baja y alta temporada sea cada vez menor, impactando positivamente en el turismo interno de nuestro país.

La evolución que ha tomado el turismo en los últimos años, ha provocado que tanto organismos públicos como privados estén cada vez más interesados en conocer la importancia económica del turismo. Sin embargo, los instrumentos para estimar el impacto económico del mismo, son muchas veces insuficientes y no permiten evaluar con precisión la importancia de este tipo de actividad en las economías nacionales, regionales o locales.

Es así que la estimación aquí propuesta, contribuiría a la promoción de actividades turísticas favoreciendo la toma de decisiones.

En este sentido, este trabajo trata de otorgar un aporte a la problemática de la medición económica del turismo dada la complejidad del sector, utilizando un análisis teórico de la econometría.

Finalmente, uno de los principales desafíos en el campo del turismo es contribuir al desarrollo turístico sustentable en el tiempo. Por lo tanto, y a partir de lo expuesto, concluimos en la importancia de avanzar sobre políticas inclusivas, redistribución, y sustentabilidad como pilares fundamentales para la comprensión y el desarrollo de la actividad turística.

8. Bibliografía

DECRETOS NACIONALES N°1.584/2010 y 1.585/2010, en: Boletín Oficial del 03 de Noviembre de 2010.

DECRETO NACIONAL N°1.768/2013, en: Boletín Oficial del 07 de Noviembre de 2013.

DEL ACEBO IBÁÑEZ, Enrique y SCHLÜTER, Regina (2012). Diccionario de Turismo. Buenos Aires, Editorial Claridad SA.

DUNJO, Jorgelina y SERVALLI, Natalia -(2011). “Impacto producido en la actividad turística por el incremento de días feriados en Argentina”, en: Ponencia presentada en el Encuentro Internacional de Turismo Consolidar el saber para la acción en Turismo. V Simposio Internacional y XI Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo (CONDET), Mar del Plata, Septiembre de 2011.

-(2012). “La actividad turística en Argentina: estudio del impacto de los feriados largos nacionales del año 2012”, en: Anais do 5º Congresso Latino-Americano de InvestigaçãO Turística (CLAIT): Fortalecimento e integraçãO da pesquisa em turismo na América Latina. Organizado por la Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, Brasil, entre los días 03 y 05 de Septiembre de 2012. ISBN: 978-85-64842-04-5. INDEC

-(2012) “¿Qué es el turismo?”, en línea: Metodología. Turismo. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (consulta de marzo de 2014). Disponible en internet en: www.mecon.indec.ar

-(2014a). INDEC Informa. Servicios Públicos. Comercio y Servicios. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

-(2014b). “Índice de Salarios y Coeficiente de Variación Salarial”, en línea: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (consulta de abril de 2014). Disponible en internet en: www.mecon.indec.ar

-(2014c). “Oferta y demanda globales, en millones de pesos a precios de 1993”, en línea: Serie histórica. Producto Interno Bruto (PIB). Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (consulta de febrero de 2014). Disponible en internet en: www.indec.mecon.ar

LEY NACIONAL DE TURISMO N°25.997/04. Sancionada el 16 de Diciembre de 2004 y promulgada el 5 de Enero de 2005.

MININTERIOR (2014). “Feriados Nacionales y Días no Laborables”, en línea: Dirección Nacional de Asuntos Políticos. Asuntos Políticos y Electorales. Ministerio del Interior y Transporte (consultado en marzo de 2014). Disponible en internet en: www.mininterior.gov.ar

MINTUR

-(2004). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Documento Base. Dirección de Desarrollo de la Oferta. Ministerio de Turismo de la Nación.

-(2011). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Actualización 2012-2020. Ministerio de Turismo de la Nación.

-(2012a). Anuario Estadístico de Turismo 2012. Ministerio de Turismo de la Nación.

-(2012b). “Encuesta de Viajes y Turismo a Hogares”, en línea: Informe Anual 2012. Dirección de Estudios de Mercado y Estadística. Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Ministerio de Turismo. Presidencia de la Nación (consulta de febrero de 2014). Disponible en internet en: www.desarrolloturistico.gob.ar

-(2014). “Indicadores del Turismo 2003-2012”, en línea: Indicadores de Turismo en Argentina. Estudios de Mercado y Estadística. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Ministerio de Turismo. Presidencia de la Nación (consulta de febrero de 2014). Disponible en internet en: www.desarrolloturistico.gob.ar

OMT

-(1998). Introducción al Turismo. 1º Edición. Junio de 1998. Madrid, Organización Mundial del Turismo.

-(2001). Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. Organización Mundial del Turismo.

OSZLAK, Oscar (1980). “Políticas Públicas y Regímenes Políticos: reflexiones a partir de algunas experiencias latinoamericanas”, en: Documentos de Estudios CEDES, 3 (2).
VILLAR, Alejandro (2009). “Políticas Públicas en Turismo”, en: WALLINGRE, Noemí y VILLAR, Alejandro (compiladores). Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos. Políticas y Estrategias. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Índice de competitividad turística regional de Chile

Daniel Meyer Krumholz¹

Palabras clave: Índice, Competitividad, Regional, Turismo, Políticas y Estrategias

¹ Director Escuela de Turismo y Hotelería, Director Centro de Investigación Económica del Turismo Universidad Andrés Bello, Chile

1.- Objetivos

El principal objetivo de este proyecto fue desarrollar una metodología innovadora que permita cuantificar los niveles de competitividad turística de las regiones de Chile, que evidencie las fortalezas y oportunidades en torno al turismo, entregando antecedentes objetivos y medibles a las autoridades, empresarios y profesionales del sector, los que junto a otros antecedentes y experiencias, constituyan las bases para elaborar políticas públicas y estrategias empresariales en la actividad turística.

El análisis sistémico de las variables medidas e integradas a través del ICT Chile, tiene como objetivo final ofrecer un instrumento de apoyo al diseño de políticas públicas, así como a la implementación de proyectos y acciones del sector privado para consolidar la competitividad turística de aquellas regiones que confían en este sector como un motor de desarrollo de su economía. Se espera con esto contribuir a un mejor diseño, elaboración y evaluación de estas políticas y estrategias.

2.- Marco Teórico

El Índice de Competitividad Turística Regional de Chile representa un inventario de recursos y acciones emprendidas por cada unidad geográfica, relacionadas con la competitividad turística. Dicha competitividad se evalúa a través de un conjunto de grandes dimensiones que agrupan a un gran número de variables relacionadas con cada una de las dimensiones definidas. Estas variables y dimensiones refieren a la existencia de recursos e infraestructura acordes para la actividad turística en sus distintas ramas, las políticas implementadas, las iniciativas, actividades y acciones que en cada región se han puesto en marcha y a los resultados obtenidos para consolidar el turismo.

De esta manera, el Índice de Competitividad Turística Regional de Chile es una herramienta de gestión, que permite visualizar en forma simplificada las múltiples dimensiones y variables que intervienen en la competitividad turística, entregando antecedentes que destaquen las potencialidades, oportunidades, y debilidades del desarrollo turístico regional.

Este indicador se puede utilizar en diferentes unidades geográficas, tales como regiones, departamentos, municipios, áreas de desarrollo, centros y destinos turísticos, debiendo siempre las dimensiones y variables corresponder al mismo nivel de unidad geográfica para permitir la comparación entre ellas.

La competitividad turística de una región se refiere al conjunto de recursos, habilidades y capacidades que le permiten alcanzar sus objetivos en un marco de competencia frente a

otras regiones, generando así desarrollo económico y social en su territorio. La competitividad turística implica tres conceptos básicos:

- Rentabilidad: Generar riqueza a través del uso eficiente y eficaz de los recursos.
- Sustentabilidad: Asegurar que el desarrollo se logre en equilibrio con los recursos ambientales, sociales y económicos de la región.
- Comparabilidad: Definir conceptos medibles y consistentes que sean comparables a través del tiempo y el espacio.

En el marco del ICT Chile, se consideran elementos de competitividad desde la perspectiva de la oferta, esto es, elementos que no sólo inciden en la experiencia turística de un visitante sino aquellos que condicionan la rentabilidad y sustentabilidad de las actividades turísticas en una región. La esencia del índice es establecer comparaciones inter-regionales, aportando mapas de información que permiten observar la posición relativa de cada región, respecto de las variables medidas.

El origen de este indicador lo representa un instrumento de análisis desarrollado por el Foro Económico Mundial, que calcula anualmente el Índice de Competitividad Turística a nivel de países en base a una metodología desarrollada especialmente para estos efectos, que ha sido posteriormente replicada a nivel regional por países como España y México. En esta oportunidad se presenta la adaptación realizada de esta metodología de acuerdo a las características y necesidades turísticas de Chile.

La estructura considerada para este indicador tiene su punto de inicio en el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos, ICTEM. Dicho índice tuvo su primera edición en el período 2009-2010 y fue desarrollado por el Instituto Tecnológico de Monterrey, bajo la supervisión de la Secretaría de Turismo de ese país. A partir de esta experiencia, la Universidad Andrés Bello, a través de su Centro de Investigación Económica del Turismo, trabajó en conjunto con el Instituto Tecnológico de Monterrey, para llevar a cabo un primer ejercicio de replicación de la exitosa experiencia de puesta en marcha del ICTEM.

El proceso de construcción del ICT Chile, se inició teniendo como referencia las variables que se midieron en México, verificándose su pertinencia al caso de Chile y la disponibilidad de información, lo que dio como resultado un conjunto de variables de características diferentes, propias de la realidad turística chilena. En complemento, se recibieron propuestas tanto internas como desde una red sectorial, que se conformó a partir del Programa de Formación en Competitividad Turística, que incorporó a sobre

300 profesionales, empresarios y especialistas a lo largo de Chile. Las propuestas fueron asimismo expuestas ante un grupo de expertos, desde donde se recibieron criterios complementarios. Se adoptó como condición mínima de selección de variables, la exigencia de disponibilidad y confiabilidad de estadísticas publicadas y/o disponer de un acceso expedito a las fuentes de información; esto, con miras a garantizar la sustentabilidad en el tiempo de futuras ediciones del ICT Chile.

3.- Resultados

El Índice de Competitividad Turística Regional de Chile representa un inventario de recursos y acciones emprendidas por cada región política-administrativa, relacionadas a la competitividad turística. Dicha competitividad ha sido evaluada a través de un conjunto de grandes dimensiones, que agrupan en esta edición un conjunto de variables. La última edición del ICT Chile, evalúa 125 variables en las quince regiones de Chile, las que fueron agrupadas en 10 dimensiones para hacerlas comparativamente medibles: Recursos y Actividad Cultural; Recursos Naturales y Protección al Medio Ambiente; Recursos Humanos e Indicadores Educativos; Infraestructura y Profesionalización de Establecimientos de Alojamiento Turístico; Flujos de Personas y Medios de Transporte; Servicios Turísticos y Complementarios al Turismo; Seguridad Pública y Protección al Ciudadano; Rentabilidad y Aspectos Económicos; Promoción Turística; Participación y Eficiencia Gubernamental. Este índice se puede visualizar en <http://ictchile.unab.cl>.

Estas variables y dimensiones refieren a la existencia de recursos e infraestructura acordes para la actividad turística en sus distintas ramas, así como a las acciones que en cada región se han puesto en marcha y a los resultados obtenidos para consolidar este sector. La información y resultados contenidos en este índice deben interpretarse teniendo presente que esta herramienta no constituye una evaluación, sino que apunta a ser un instrumento que facilite a los actores regionales la interpretación de información y la toma de decisiones, teniendo en consideración las prioridades y vocaciones de cada región. Contar con una herramienta como esta, permite disponer de antecedentes que destaquen las potencialidades, oportunidades y fortalezas para el desarrollo turístico regional.

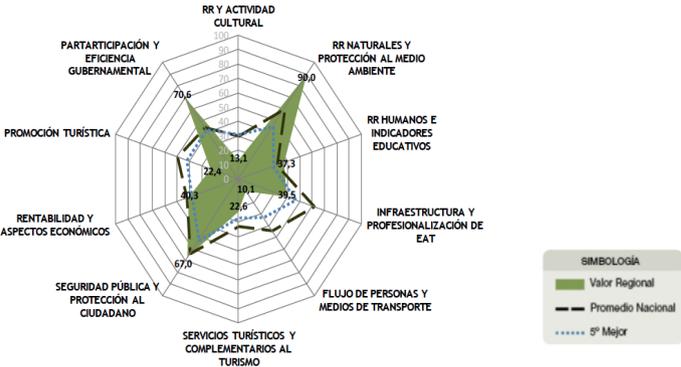
Es importante considerar que los valores de cada variable se encuentra estandarizado en un rango con un máximo de 90 y un mínimo de 10, para lo cual se utilizó la metodología del análisis factorial, que es una técnica de correlación estadística, que reduce de manera objetiva el número de variables a un cierto número de factores comunes. Se presenta a continuación una muestra de los resultados obtenidos en cada una de las categorías definidas:

Región

En esta sección se presentan los perfiles de competitividad regional, expresados en gráficas de radar, que permiten visualizar de manera sistémica, la situación de una región determinada en las diferentes dimensiones cuantificadas en el ICT Chile. En este caso se presenta como ejemplo los resultados obtenidos por la Región de Aisén.

En estas gráficas, se expresa el valor obtenido por la Región de Aisén en cada dimensión, y se compara con el promedio país y con el valor de la 5ª región mejor posicionada en cada dimensión. Mientras más alto sea el valor del indicador mejor posicionada está una región en la dimensión evaluada.

Se presenta asimismo la situación comparativa de la Región de Aisén a nivel de las variables medidas en el ICT Chile. Esto se expresa a partir de rankings, que ordenan a las regiones conforme a su posición relativa en cada una de las 125 variables medidas. Estos rankings se exponen agrupados por dimensión y constituyen en sí mismos una herramienta para identificar, a partir de las cifras, áreas de fortalezas y posibles áreas de oportunidad para la acción en la región. El valor de las cifras de ranking se interpreta considerando que mientras menor sea el lugar asociado a una variable, mejor está posicionada dicha región respecto de la variable.



| | RECURSOS Y ACTIVIDAD CULTURAL | RECURSOS NATURALES Y PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE | RECURSOS HUMANOS E INDICADORES EDUCATIVOS | INFRAESTRUCTURA Y PROFESIONALIZACIÓN DE EAT | FILLO DE PERSONAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE | SERVICIOS TURÍSTICOS Y COMPLEMENTARIOS AL TURISMO | SEGURIDAD PÚBLICA Y PROTECCIÓN AL CIUDADANO | RENTABILIDAD Y ASPECTOS ECONÓMICOS | PROMOCIÓN TURÍSTICA | PARTICIPACIÓN Y EFICIENCIA GUBERNAMENTAL | ICT |
|----------|-------------------------------|---|---|---|--|---|---|------------------------------------|---------------------|--|------|
| AISEN | 13,1 | 90,0 | 37,3 | 39,5 | 10,1 | 22,6 | 67,0 | 40,3 | 22,4 | 70,6 | 39,2 |
| PROMEDIO | 31,3 | 45,4 | 28,2 | 46,5 | 32,8 | 26,8 | 52,7 | 38,3 | 42,5 | 42,8 | 38,2 |
| 5º MEJOR | 30,1 | 60,5 | 31,1 | 61,3 | 44,2 | 32,8 | 63,9 | 42,2 | 49,8 | 44,5 | 42,8 |

| D02 Recursos Naturales y Protección al Medio Ambiente | Lugar Nacional |
|--|----------------|
| Superficie de Bosque Nativos | 3 |
| Áreas Nacionales Protegidas | 2 |
| Áreas protegidas privadas | 2 |
| Sitios Ramsar | 8 |
| Reservas de la biosfera | 1 |
| Superficie de Asentamientos Humanos | 1 |
| Disposición de Residuos Sólidos | 12 |
| Denuncias Ambientales | 1 |
| Delitos Ambientales Investigados | 4 |
| Nº de atractivos naturales jerarquía III (Internacional) | 2 |
| Nº de atractivos naturales jerarquía II (Nacional) | 1 |
| Número de playas y balnearios | 13 |
| Bahía y Caletas | 7 |
| Ríos, esteros y caídas de aguas | 2 |
| Número de Lagos, Lagunas y Humedales | 2 |
| Número de altas montañas, volcanes y cordilleras | 6 |
| Géiser, fuentes y centros termales | 6 |
| Áreas nevadas, campos de hielos, glaciares y ventisqueros. | 1 |
| Cerros, valles y quebradas | 12 |
| Desierto, salinas y dunas | 8 |
| Islas, Archipiélagos, Penínsulas, Cabos y Puntas | 3 |
| Lugares de interés geológico y paleontológico | 3 |
| Caminos pintorescos | 5 |
| Sitios prioritarios para la conservación | 2 |
| Áreas Marinas Costeras Protegidas | 6 |

Dimensión

En esta sección se presenta la situación comparativa de las regiones de Chile en términos de cada una de las 10 dimensiones que componen el ICT Chile. Se presenta a continuación los resultados obtenidos de la dimensión Recursos Naturales y Protección al Medio Ambiente. Para su interpretación, es importante tener en consideración los siguientes aspectos:

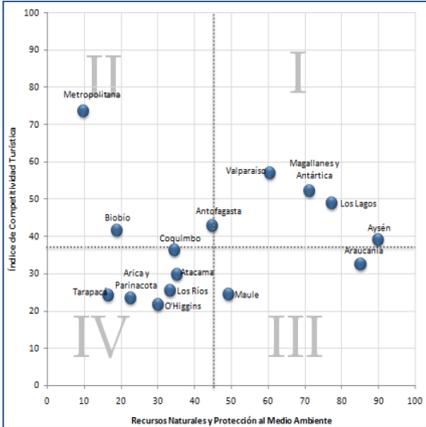
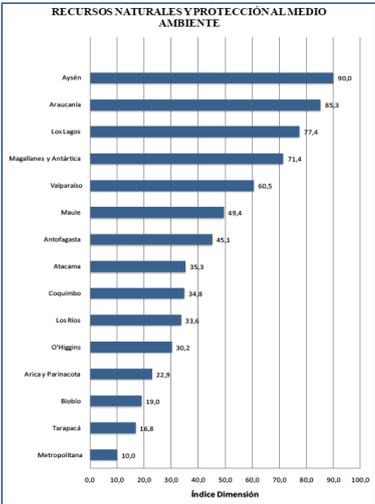
En el gráfico de barras se presenta el nivel de competitividad de las quince regiones de Chile en términos de la dimensión seleccionada. El estar en una posición de mayor o menor preponderancia respecto de otras regiones, en una dimensión determinada, tendrá relevancia para una región, dependiendo de cuál sea su vocación e intereses de desarrollo. De manera que los indicadores del ICT Chile deben ser interpretados a la luz de la información y conocimiento de los actores regionales y no constituyen en sí mismas mediciones de carácter absoluto.

A su vez el gráfico de dispersión muestra el nivel de competitividad de las 15 regiones de Chile interrelacionando dos indicadores: el Índice de Competitividad Turística Regional, y una dimensión, que en este caso corresponde a Recursos Naturales y Protección al Medio Ambiente.

Esta dimensión considera las siguientes variables:

- Atractivos naturales jerarquía III (internacional)
- Atractivos naturales jerarquía II (nacional)
- Playas, balnearios, bahías, islas, archipiélagos, otros
- Ríos, lagos, lagunas, otros
- Altas montañas, volcanes, cordilleras, áreas nevadas, glaciares, otros
- Géiseres, fuentes y centros termales
- Caminos pintorescos, cerros, valles y quebradas
- Desiertos, salinas y dunas
- Lugares de interés geológico y paleontológico
- Bosques nativos como porcentaje de la superficie regional
- Áreas naturales protegidas SNASPE como porcentaje de la superficie regional
- Diversos sitios prioritarios para la conservación
- Áreas nacionales privadas
- Disposición de residuos sólidos (toneladas / cien habitantes)
- Denuncias ambientales

Esta dimensión abarca dos grandes conceptos: por un lado identifica la cantidad y calidad de una serie de recursos naturales en la diferentes regiones del país, y por otro lado se mide la protección que se brinda a dichos recursos y al medio ambiente en general.



Variables

En esta sección se puede revisar la información para cada una de las 125 variables medidas en esta edición del ICT Chile, agrupadas de acuerdo a las dimensiones evaluadas. Se presenta la información en un formato gráfico, que expone el valor de cada variable al mismo tiempo que presenta de manera comparativa, la situación de las 15 regiones en relación a cada una de las variables medidas. Los valores presentados, consideran los valores nominales publicados en la fuente que se indica en cada caso. Se presentan a continuación como ejemplo, los resultados gráficos correspondientes a los atractivos naturales de jerarquía internacional, y las áreas naturales del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Estado como porcentaje de la superficie de cada región.

4.- Conclusiones

El desarrollo de la investigación y la construcción del índice ha sido un interesante y provechoso proceso participativo y técnico que permitió configurar un conjunto de indicadores de consenso y representativos de la visión de los principales actores del turismo chileno, cuyos resultados se presentan en cuadros y gráficos con un diseño moderno e innovador, amigables y fáciles de observar e interpretar.

La contraparte de los trabajos de investigación y desarrollo realizados han sido la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo de Chile, que por un convenio firmado entre las partes, han entregado a la Universidad Andrés Bello la gestión, mantención y actualización de este indicador.

El proyecto se desarrolló en un plazo de 2 años y medio, y fue realizado en conjunto con el Instituto Tecnológico de Monterrey, México, financiado por un subsidio gubernamental de Innova Corfo, obtenidos en un concurso nacional de bienes públicos.

Actualmente se está trabajando en la edición 2013 del Índice de Competitividad Turística Regional de Chile, que aparte de la actualización de sus resultados está incorporando dos aspectos fundamentales que harán mucho más operativo en el futuro la gestión de este indicador. Por una parte, la automatización de los cálculos y gráficos de resultados mediante un sistema computacional desarrollado especialmente para estos efectos, y una sección de herramientas de análisis, que permitirá realizar cruces de variables, evolución en el tiempo de los resultados y otros tipos análisis más avanzados que permitirá que este indicador se transforme en una herramienta de análisis más dinámica y completa.

5.- Bibliografía

Instituto Tecnológico de Monterrey, Centro de Investigación y Estudios Turísticos- CIE-Tec: “Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos, ICTEM 2010”.

CROUCH, Geoffrey (2007). “Modelling Destination Competitiveness: A survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes”. CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.

CROUCH, Geoffrey, RITCHIE, J. R. Brent (1999). “Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity”. Journal of Business Research 44.

World Economic Forum. “The Global Competitiveness Report”. <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>

World Economic Forum. “The Travel and Tourism Competitiveness Index”. <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>

6.- Referencias (Fuentes de Información)

Asociación de iniciativas de conservación de áreas privadas y de pueblos originarios de Chile (2012): Áreas Nacionales Privadas. Página web <http://asiconservachile.org/index.php?id=11>

Carabineros de Chile (2011): Carabineros en Cifras <http://www.carabineros.cl/>

Carabineros de Chile (2011): Cuenta Pública. Página web. <http://centroestudios.carabineros.cl/#>

Carabineros de Chile (2011): Informe Carabineros en Cifras.

Clubes y Agrupaciones. Federación Chilena de Golf (2012): Número de campos de Golf. Página web <http://www.chilegolf.cl>

Comisión Nacional de Energía (2012): Sistema de Información en Línea de Precios de combustibles en Estaciones de Servicio. Página web. <http://www.bencinaenlinea.cl>

Comisión Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales (2012): Informe Personas Certificadas ChileValora, página 4.

Consejo de Monumentos Nacionales - CMN (2012): Nómina de Monumentos Nacionales.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - CNCA (2011): Documento “Infraestructura Culturales- Listado”.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - CNCA (2011): Informe Reporte Regiones página 12.

Corporación de Fomento de la Producción - CORFO (2011): Consultores para servicios turísticos. Página web.

http://wapp.corfo.cl/registro_consultores/portal/modulos/consultores/CON001_BusquedaConsultores.aspx.

Corporación Nacional F

orestal - CONAF (2012): Reservas de la Biósfera. Página web <http://www.conaf.cl/parques/seccion-reservas-de-la-biosfera.html>

Dirección de Presupuestos - DIPRES (2011) Informe Ejecución Programa Cuarto Trimestre. Inversión Regional.

Dirección de Presupuestos - DIPRES (2011): Informe ejecución programa cuarto trimestre. Inversión Regional.

Dirección de Presupuestos - DIPRES (2011): Presupuesto Ministerio del Interior y Seguridad Pública.

Dirección General de Aeronáutica Civil - DGAC (2012): Número de Aeropuertos y Aeródromos. Página web http://www.dgac.gob.cl/portal/page?_pageid=314,149781&_dad=portal&_schema=PORTAL

Fundación Orquestas Juveniles e Infantiles (2012): Listado de Orquestas Regionales. Página web: www.orchestajvenilchile.com

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2010): Anuario de Medio Ambiente

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2010): Informe Anual de Turismo

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2011). Anuario de Carabineros

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2011): Compendio Estadísticas de Salud, página 206.

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2011): Encuesta de Seguridad Ciudadana

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2011): Informe Anual Cultura y Tiempo Libre, página.35.

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2011): Informe Anual Policía de Investigaciones

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2012): Población total de 15 años y más por situación en la fuerza de trabajo, nivel nacional, ambos sexos.

Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2012): Situación de Fuerza de Trabajo. Página

web http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/mercado_del_trabajo/nene/cifras_trimestrales.php

Junta Aeronáutica Civil - JAC (2011): Informe Líneas Aéreas por pares de ciudades (cabotajes).

Ministerio de Desarrollo Social (2009): Promedio de escolaridad de la población de 15 años y más sexo según región. Encuesta Casen

Ministerio de Desarrollo Social (2009): Pueblos Indígenas, página 6. Encuesta CASEN.

Ministerio de Desarrollo Social (2009): Situación de Pobreza a nivel de personas, por región.

Ministerio de Desarrollo Social (2009): Tasa de Educación. Encuesta CASEN

Ministerio de Educación - MINEDUC (2009): Base de datos “Titulados”. Página web www.mifuturo.cl

Ministerio de Educación - MINEDUC (2010): Base de datos “Matricula”. Página web www.mifuturo.cl

Ministerio de Educación - MINEDUC (2010): Base de datos “Oferta Académica”. Página web www.mifuturo.cl

Ministerio de Obras Públicas - MOP (2011): Decreto ejecutado Diciembre.

Ministerio de Obras Públicas -MOP (2011): Informe Red Vial Nacional, Dimensionamiento y Características.

Ministerio de Viviendas y Urbanismo - MINVU (2012): Inmuebles de Conservación Histórica, Página web: http://www.patrimoniourbano.cl/opensite_20080519125128.aspx.

Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la cultura - (inglés) UNESCO (2012): Página web <http://whc.unesco.org/>. World Heritage List.

Servicio de Impuestos Internos - SII (2011): Estadísticas de empresas por región, rubro, subrubro y actividad económica.

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2006): Informe de Turismo y Empleo Chile, página 13.

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2010): Estudio Establecimientos de Alojamientos Turísticos (EAT) según comunas.

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2011) Plan para el Desarrollo Turístico Región Metropolitana 2011-2014

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2011): Base de datos, Sistema de Información Geográfica- SIG

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2011): Medición y Comportamiento del Turismo Interno, adjunto página 5.

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2011): Servicios de Alojamientos Turísticos Certificados con Sello de Calidad. Página web www.calidadturistica.cl

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2012): Servicios Arriendo de Vehículos. Unidad de Servicios Turísticos

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2012): Servicios Culturales. Unidad de Servicios Turísticos

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2012): Servicios de Esparcimiento. Unidad de Servicios Turísticos

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2012): Servicios Guías de Turismo. Unidad de Servicios Turísticos

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2012): Servicios Turismo Aventura. Unidad de Servicios Turísticos

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR (2013): Informe Estadísticas de Cruceros en Chile.

Sistema Nacional de Información Ambiental - SINIA (2009): Sitios prioritarios para la conservación. Página web http://www.sinia.cl/1292/articles-37759_pdf_sitios.pdf.

Sociedad de Fomento Fabril - SOFOFA (2011): Catastro de Proyectos de Inversión

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE (2007): Ingreso medio mensual de los ocupados por sexo y rama de la actividad económica 1996-2007. Observatorio Regional.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE (2008-2010): Inversión extranjera materializada según sectores de destino 1974-2010. Observatorio Regional.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE (2008-2010): Inver-

sión Pública. Observatorio Regional.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE (2010): Monto de fomento a la Micro, Pequeña y Mediana empresa. Observatorio Regional.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE (2010): Producto Interno Bruto Regional, Per cápita y Tasas de variación y participación (2008-2010). Observatorio Regional.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE (2011): Exportaciones mensuales según actividad económica (glosa CUCI Rev4) 2009-2011. Observatorio Regional.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE (2012): Estrategias Regionales de Desarrollo 2000-2030.

Subsecretaría de prevención del delito (2008): Anuario de Estadísticas Criminales

Subsecretaría de prevención del delito (2010): Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana, página 26.

Subsecretaría de Telecomunicaciones - SUBTEL (2011): Series líneas telefónicas

Subsecretaría para las Fuerzas Armadas (2012): Áreas Marinas Costeras Protegidas y Reservas Marinas. Página web <http://bordecostero.ssffaa.cl/2011/06/decretos-de-area-marin-as-costeras-protégidas-y-reservas-marin-as/>

Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras - SBIF (2012): Reporte Mensual de Cajeros Automáticos.

Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras Chile - SBIF (2012): Oficinas, empleados, sucursales y personas. Información Regional

Superintendencia de Casinos de Juego - SCJ (2012): Boletín Enero/ Octubre.

The Ramsar Convention (2012): The List of Wetlands of International Important. Página web <http://www.ramsar.org/pdf/sitelist.pdf>

Transbank (2012): Base de datos facilitada.

Para mayor información visitar la página web <http://ictchile.unab.cl>

El trabajo en el sector de Turismo: los trabajadores/as de las Agencias de Viajes y Turismo de Ciudad de Buenos Aires en el periodo 2003 a 2010.

Laura I. Tottino¹

Bárbara Catalano²

Resumen:

Al compás de los cambios ocurridos en el resto del mundo, los trabajadores del sector de turismo argentino tienen que enfrentarse a múltiples transformaciones, debido a los cambios en la organización del trabajo, al avance tecnológico, a la apertura que les otorga la globalización, a las políticas liberales implementadas con fuerza en la década del '90 y a sus consecuencias como el desempleo y los cambios regulatorios significativos desde las políticas públicas en el 2003.

Esto conduce a explorar a los trabajadores/as de las agencias de Viajes y Turismo de la CABA en el periodo 2003-2010, con el fin de conocer sus condiciones de trabajo: tipo de estudios, horas de trabajo, tipo de trabajo, etc, partiendo del supuesto de que existe en este sector un gran porcentaje de asalariados precarizados y que a su vez están altamente formalizados. Según Panaia M. (2009, 2011); Girauo E.; Korinfeld, S. y Mendizábal, N. (2003), la precarización laboral no afecta sólo a los trabajadores precarios o a los desocupados, sino que además produce un sufrimiento intenso en quienes tienen un trabajo estable.

En este estudio se realizó un trabajo de campo basado en la realización de observaciones, entrevistas y en el análisis de datos secundarios provenientes de un Proyecto SECTUR-UBA (2008/2009) y del Anuario Estadístico de Turismo Argentino, EHO, IDEC en el periodo 2008-2010 y la metodología utilizada es cuantitativa y cualitativa.

Palabras Claves: turismo, trabajadores/as, agencias, Ciudad de Buenos Aires

1 IIGG/UBA, ltottino54@gmail.com

2 UBA, catalano81@gmail.com

Introducción

El crecimiento del turismo en los últimos años despierta un interés por la mayoría de los países del mundo y en particular en países en desarrollo tales como la Argentina, dado que es una actividad que contribuye a la economía y al desarrollo de los diversos sectores del país.

A partir del año 2003 la actividad turística en la Argentina tiene un fuerte impulso debido principalmente al fin de la convertibilidad y al inicio de un ciclo económico precedido por una moneda devaluada, lo que repercute en una mayor competitividad del destino permitiendo un crecimiento sostenido y continuado de turistas en el periodo de estudio (2003/2010).

Las políticas públicas impulsadas desde el 2003, acompañan este crecimiento turístico bajo el supuesto de que esta actividad genera nuevos puestos de trabajo y mayores ingresos a la economía Argentina en un periodo de crisis de ocupación.

En este sentido, la decisión para este estudio es cuestionar este supuesto principalmente lo relacionado a la generación de puestos de trabajo dado que el incremento de puestos de trabajo no necesariamente implica la mejora en la calidad de los mismos.

El turismo en la Argentina en los últimos años

A principios de la década del 2000 finaliza un ciclo económico y comienza otro erguido sobre la devaluación de la moneda nacional y sobre una mayor competitividad en los precios, lo que favoreció el impulso de las exportaciones de ciertos productos y servicios. El turismo, comprendido dentro del sector de comercio de servicios, no escapa a esta coyuntura y también se ve afectado por el incremento de las exportaciones de servicios, reflejándose en el aumento del ingreso de divisas por turismo al país en el periodo estudiado, como así también en el incremento de las llegadas de turistas internacionales.

Desde 2002 hasta 2008 se presenta un crecimiento del 61 % -considerando una media cercana a 8.74 % anual-. Es importante tener en cuenta que la media de crecimiento del turismo mundial se sitúa entre un 5 % y un 6% anual. **(Ver CUADRO 1)**

En el año 2008, producto de la crisis internacional la entrada de turistas se redujo en 8.34 % pero merece la atención que al comparar el crecimiento de las llegadas internacionales entre 2009 y 2010 versus el observado entre 2008 y 2009, Argentina es el país que tuvo el mayor crecimiento en la llegada de turistas internacionales en el año 2010 (23,6%), en comparación con el resto de los países de la región (Mercosur + Chile).¹

¹ Es cierto que este abrupto crecimiento se debe al efecto rebote propio luego de una declinación de la economía, sin embargo, es considerable ese porcentaje resultó ser muy importante para la industria turística en el país..

Por otra parte, los tipos de cambio y los precios relativos son dos variables fundamentales que impactan en la evolución del turismo receptor, y, salvando la excepción del 2008, se observa que desde 2002 la Argentina presenta un crecimiento constante y a tasas significativas.

CUADRO 1: Variaciones interanuales correspondientes a la llegada de Turistas extranjeros, en porcentajes

| Variación % | AR | BR | PY | UY | CH | TTL |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1995 - 1996 | 14 | 34 | -3 | 4 | -6 | 12 |
| 1996 - 1997 | 6 | 7 | -7 | 9 | 13 | 7 |
| 1997 - 1998 | 9 | 69 | -11 | -6 | 7 | 21 |
| 1998 - 1999 | -4 | 6 | -23 | -2 | -7 | -1 |
| 1999 - 2000 | 0 | 4 | 7 | -2 | 7 | 3 |
| 2000 - 2001 | -10 | -10 | -3 | -4 | -1 | -8 |
| 2001 - 2002 | 8 | -21 | -10 | -37 | -18 | -17 |
| 2002 - 2003 | 6 | 9 | 7 | 11 | 14 | 9 |
| 2003 - 2004 | 15 | 16 | 16 | 24 | 11 | 16 |
| 2004 - 2005 | 11 | 12 | 10 | 2 | 14 | 10 |
| 2005 - 2006 | 9 | -6 | 14 | -5 | 11 | 1 |
| 2006 - 2007 | 9 | 0 | 7 | 0 | 11 | 5 |
| 2007 - 2008 | 3 | 0 | 3 | 24 | 8 | 6 |
| 2008 - 2009 | -8 | -5 | 2 | 2 | 2 | -4 |
| 2009 - 2010 | 24 | 7 | 6 | 18 | 1 | 12 |
| Variación | 6 | 8 | 1 | 3 | 4 | 5 |

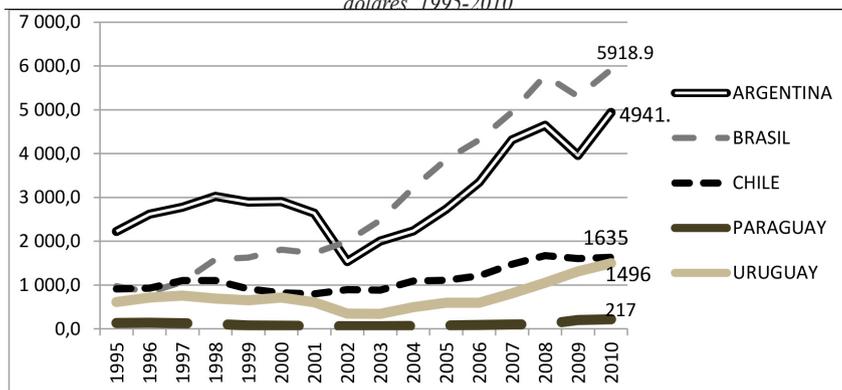
Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos de la OMT para los países Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay y datos obtenidos de la Sernatur para Chile

Considerando los datos analizados anteriormente resulta pertinente realizar un análisis de las condiciones laborales de los empleados de este rubro que presenta un crecimiento vertiginoso en los últimos años. El incremento de la actividad turística en la Argentina tuvo su más visible repercusión institucional en la creación del Ministerio de Turismo¹, sin embargo restaría considerar si el crecimiento de esta actividad económica tan relevante para la Argentina estuvo acompañado por mejoras en las condiciones laborales de los empleados de las agencias de viajes que constituyen uno de los actores fundamentales en el conjunto del sistema turístico.

¹ La Organización Mundial del Turismo felicitó a la Argentina por la creación del Ministerio de Turismo. Disponible en línea en <http://www.prensa.argentina.ar/2010/07/01/9553-la-organizacion-mundial-del-turismo-felicito-a-la-argentina-por-la-creacion-del-ministerio-de-turismo.php>

Según la información relevada en el **(CUADRO 2)** es posible observar la magnitud de la actividad del turismo en la Argentina en comparación con el resto de los países de la región (Brasil, Paraguay, Uruguay y Chile). De este modo, el **(CUADRO 2)** refleja que los ingresos de divisas por turismo ubica a la Argentina en segundo lugar, luego de Brasil.

CUADRO 2: Ingresos de Divisas por Turismo en los países del Mercosur y Chile, en millones de dólares 1995-2010



Fuente: CEPALSTAT – Balanza de Pagos – Cuenta Viajes

Las agencias de viajes y turismo (AVT) en CABA

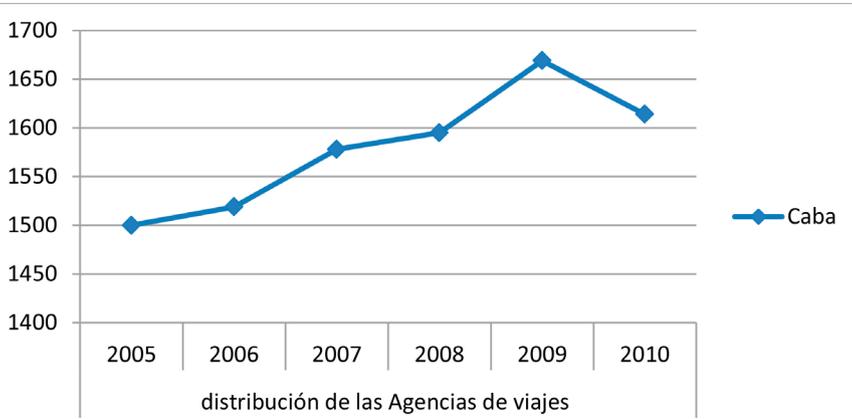
A partir del contexto que se describió hasta ahora, el objetivo de este apartado es dimensionar el efecto que tuvo la evolución del fenómeno del turismo en el desenvolvimiento de una unidad de análisis (que es componente esencial del sistema turístico), a saber, las agencias de viaje de CABA.

Por eso se considera necesario realizar un breve diagnóstico sobre la evolución cuantitativa de las AVT de CABA, para mostrar en qué medida crecieron (en unidades) en el periodo (2003-2010); dado que los espacios de trabajo se tornan recintos donde emergen los resultados de las transformaciones del sistema capitalista contemporáneo y de los conflictos que estas traen aparejado.

La contabilización de las agencias de viajes¹, es un buen indicador para explorar no solo el crecimiento del sector, sino también la importancia que asume esta ciudad urbana como principal receptor y distribuidor del turismo hacia el resto de las ciudades del país. El **CUADRO 3** permite observar la cantidad de agencias de CABA en el periodo estudiado y la variación de esas unidades en esos años.

¹ Las agencias de viaje son definidas como una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes u otros servicios turístico dentro del marco de la Ley Nacional de Turismo N° 25997.

CUADRO 3: Evolución de las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires en el período de 2005 a 2010.



Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico 2006 a 2010. Ministerio de Turismo.

La importancia que asumen las agencias de viajes en el sector turístico es relevante porque acciona de nexo entre la oferta y la demanda de los distintos tipos de servicios propios del sector. Además este tipo de empresas constituyen el principal intermediador turístico a escala mundial. Por eso se desarrolla un estudio sobre el tipo de trabajo que estas unidades generan, considerando además el crecimiento vertiginoso que esta actividad tuvo en los últimos años en la Argentina y que se ve reflejado en las AVT de CABA.

En consecuencia, los datos observados desde el Anuario Estadístico de Turismo argentino, indican que en 2006, se contabilizaron en el país 4497 agencias de viajes, de las cuales, el 34% se localizó en (CABA), el 21% en la Provincia de Buenos Aires y el 45% en el interior del país.

En el 2007, 2008 y 2009 continúa incrementándose a 4800, 4882 y 5250 agencias de viajes respectivamente, de las cuales alrededor del 33% pertenecen a Ciudad de Buenos Aires (CABA) y decreciendo en el 2010 un 0,4% en relación al año anterior donde se contabilizaron 5227 agencias de viajes. De las mismas un 31% (1614) corresponden a Ciudad de Buenos Aires, quien continúa concentrando un alto porcentaje de agencias, en relación al resto del país.

Esta gran concentración de la cantidad de agencias de turismo en la ciudad de Buenos Aires condujo el estudio hacia los trabajadores de esas unidades de análisis que tienen una participación significativa en la totalidad de la actividad del país.

El estudio versa sobre los trabajadores de las Agencias dado que la situación del empleo en general en Argentina a finales de la década del noventa y durante los primeros años del 2000 estaba en una situación crítica.

Durante la primera parte del 2002, se desató una crisis económica y social de magnitud inusitada aunque también fue intensiva la recuperación que se inició en la segunda parte de ese año, en particular lo vinculado con el empleo. Y, a pesar de que hubo avances en lo concerniente a la cuestión ocupacional, no se vieron cambios sustanciales en términos de la mejora de la calidad del empleo (Luis Beccaria, Valeria Esquivel y Roxana Maurizio, 2005, Pág.258).

Empleo y turismo

A continuación se realiza una caracterización de los trabajadores de las AVT considerando, el lugar de trabajo, tipos de contrato de trabajo, la duración de las jornadas y la forma en la que organizan su trabajo. En este sentido las variables mencionadas servirán de indicadores para medir la calidad laboral.

En relación a la calidad del trabajo, el empleo registrado es un indicador que denota el tipo de contrato ya que una de las preguntas de las encuestas indaga sobre si tienen o no aportes jubilatorios. Estos aportes tienen un impacto en el trabajador/a de forma muy positiva tornándose un beneficio que a su vez indica una mejora en las condiciones laborales. Así, saber si los trabajadores/as de las agencias de viajes y turismo de CABA tienen descuentos jubilatorio o no, ayuda a conocer mejor la situación laboral en la que están inmersos.

En este sentido, se recurrió en principio a observar los resultados obtenidos del Anuario Estadístico de Turismo, donde se pudo observar un incremento en la ocupación entre fines de los años 2002 y 2004 en Argentina. En el 2006 el 65,5% de los empleados de las AVT de CABA tienen descuento jubilatorio. Mientras que en el año 2010 el descuento jubilatorio ascendió al 67%. Si bien estos datos indican que el registro de los trabajadores creció un 1,5 % todavía existe un importante grupo de trabajadores/as excluidos de la legislación laboral y, por lo tanto, de un nivel básico de protección garantizado por el Estado. (MINTUR)

Los trabajadores de las AVT de CABA

En el marco de un trabajo realizado en un proyecto mayor denominado “Monitoreo e inserción de graduados en las carreras de hotelería, gastronomía y turismo” que dirigió la Dra. Marta Panaia, se realizó un relevamiento a 105 trabajadores/as que estaban a cargo de agencias de viajes y turismo de CABA. La muestra fue de tipo aleatoria y la encuesta se dirigió al encargado de la agencia de viaje porque se supone que es el que conoce el oficio y está al frente del negocio. Además se realizaron 20 entrevistas semi-estructuradas a informantes clave.

En primer lugar, se observó que un 94,3% de los empleados de las agencias de viajes y turismo se encontraban en una situación de formalidad en el periodo de estudiado (**Ver CUADRO 4**) Por otra parte, un 5% de la misma población se encontraba en situación de informalidad, es decir trabajadores/as ocupados pero excluidos de la legislación laboral y, por tanto de un nivel básico de protección garantizado por el Estado.

Cuadro 4.

Situación de contratación en el empleo en CABA.

| Condición laboral | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| Formal | 99 | 94,30% |
| Informal | 5 | 4,80% |
| Ns/Nc | 1 | 1% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2009

Este alto grado de formalidad que se observa en los datos anteriores sobre los empleados de las AVT es producto de las respuestas que daban los encargados que se encontraban al frente del negocio. Sin embargo, la información extraída en ocasiones no coincidía con la realidad observada. Tal es así que en ocasiones los encargados declaraban una menor cantidad de empleados de lo que se observaba en el lugar de trabajo.

Otro aspecto importante que surgió a partir de la observación es que en general los trabajadores/as con mayor categoría en la estructura organizativa de estas empresas presentan mayor nivel de formalidad que el resto de los empleados. Siguiendo este análisis dentro de la categoría de los trabajadores informales es posible encontrar un tipo particular de trabajador con características que están más relacionadas al tipo de población flotante.

Esta categoría representan a trabajadores temporales y en general son los pasantes y los guías. Una característica para resaltar sobre este tipo de trabajadores y en particular sobre el guía de turismo es que brinda sus servicios con un alto grado de estacionalidad marcada dependiendo de la demanda del servicio.

Estos trabajadores suelen integrar el plantel en los meses de más demanda, por períodos cortos, porque muchas veces rotan de una ciudad a otra, dependiendo de la estacionalidad. Según Panaia Marta, existen trabajadores como los del turismo que trabajan para las “*poblaciones flotantes*” entendidas como “*aquellas que tienen una gran movilidad geográfica, como son los estudiantes universitarios, las comunidades foráneas, los turistas, los participantes de grandes eventos de masas (procesiones, ferias, grandes espectáculos de-*

portivos o musicales), los usuarios de transportes urbanos de gran escala, etc.” (Panaia, 2010, pág. 28); que tienden a tener condiciones de inestabilidad en la contratación laboral.

Otra característica que es propia de los trabajadores/as de las AVT es que en general son jóvenes (menores de 30 años) y esta condición facilita, que muchos de ellos acepten trabajos temporales y que se movilicen dentro del circuito turístico. Según Belau (2005); “los más jóvenes y los migrantes suelen aceptar trabajos más inestables porque no tienen familias y tienen mayor probabilidad de movilidad y además aceptan trabajos en horas nocturna” (cita de Belau en Miguel Oliva, Constanza Schejter, 2006, pág. 43).

La existencia de estos “trabajadores flotantes” que genera el turismo tiene una relación directa a la inestabilidad laboral inherente a la temporalidad, a la mayor o menor demanda y a la forma a la que se asume dicha relación laboral, dado que por el carácter de temporalidad estos trabajadores tienden a estar en negro y/o *freelance*. Este tipo de trabajadores coordinan sus prácticas y alinean sus comportamientos en virtud de construir un perfil individual que acuerde con las expectativas laborales.

En consecuencia y a modo de categorizar a los trabajadores de las AVT de viajes de Ciudad de Buenos Aires, se observa que existen, a grandes rasgos, dos tipos de trabajadores: los trabajadores que tienen puestos estables y los *freelance* o independientes y que en este trabajo denominamos “flotantes”¹.

A partir de lo dicho anteriormente surgen interrogantes acerca de la apropiada legislación que engloba a las actividades de estos trabajadores del sector de turismo.

Más aún teniendo en cuenta la heterogeneidad del sector de turismo a causa de las diferentes actividades por rama, que hace difícil la coordinación de una política específica de empleo.

El tamaño de las agencias de viajes y su organización

Para analizar los datos obtenidos se requirió categorizar a las agencias de viajes según la cantidad de empleados. En este sentido se categorizaron en: agencias grandes (más de 26), medianas (entre 6 y 25 empleados) y chicas (hasta 5 empleados). En efecto, se observó que en su mayoría se trata de empresas familiares (**Ver CUADRO 5**) con un número de empleados que no superan las cinco personas.²

1 Es importante señalar que estas dos categorías no son rígidas, funcionan como tipos ideales que sirven para facilitar el análisis en este tipo de trabajo.

2 Resulta imprescindible aclarar que, esta categorización necesaria para este trabajo, resulta difícil de trasladar a la realidad porque en la Argentina el grado de evolución de las agencias permite realizar varias subdivisiones. Están las grandes, mayoristas pero también las pequeñas, minoristas. Del mismo modo se puede hablar de grandes mayoristas y pequeñas mayoristas, según el volumen de ventas que manejen y la fuerza que ello les da para sentarse a negociar con los proveedores. Además de este tipo de categorización por tamaño

Cuadro 5.

Tamaño de las Agencias de viajes y Turismo de CABA.

| Tamaño de Agencias de viajes y turismo | | |
|--|------------|-------------|
| Tamaño | Frecuencia | Porcentajes |
| Chicas | 82 | 78% |
| Medianas | 18 | 17% |
| Grandes | 5 | 5% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010.

Como se observa en el **CUADRO 5**, predomina la empresa pequeña y familiar, representado en un 78% (hasta 5 empleados), de baja estructura formal y de perfil de formación alto, que generalmente incluye a un graduado de Turismo o profesional que instala la empresa; a diferencia de las empresas de estructuras administrativas medianas que tienen de 6 a 25 trabajadores/as o las grandes de 26 y más trabajadores/as, que son muy pocas, 17% y 5% respectivamente.

En relación a la organización del trabajo se observa que las categorías mediana y grande presentan una mayor complejidad de la tarea y sobre todo un volumen de actividad mucho mayor que las empresas chicas. La estructura administrativa de las AVT medianas y grandes presenta un mayor número de empleados/as y una mayor división del trabajo en comparación con las agencias denominadas chicas donde en general los empleados tienen múltiples funciones.

Un aspecto interesante que surge a partir del análisis de la organización del trabajo es que los trabajadores se sienten muy presionados en todas las categorías de agencias. En las agencias chicas, la presión que sienten los trabajadores se debe a que en general trabajan solos (o con el dueño/a) y a que deben cumplir múltiples tareas requeridas para la preventa y posventa de servicios de viajes. Por otra parte, en las empresas grandes la presión se percibe a través de la exigencia por alcanzar los objetivos que comúnmente se pautan en este tipo de empresas.

En los dos casos se desprende de las palabras de los trabajadores, que en estos tipos de agencia se trabaja bajo presión y en un clima altamente competitivo. Esta competencia se manifiesta como resultado de las pujas internas por lograr mejores resultados o comisiones.

“Hay bastante trabajo en turismo pero las condiciones son malas, no solo de agente de viajes, hablo de hoteles también...” (Flor 25 años, Técnico en turismo, 2010)

existen también otras categorizaciones tales como las agencias receptoras, emisoras, corporativas, etc.

“cuando trabajaba cinco horas y el resto estudiaba, sinceramente me parecía durísimo. Salía del trabajo con mucho dolor de cabeza, todos los días, era diario, a veces hasta... cosas del estrés, te tiemblan un poco las manos, porque estaba todo el tiempo pensando que hacer para no equivocarme; porque uno trabaja con una máquina y la máquina tiene fichas, como legajos, de los turistas con su familia. Por ejemplo Hernández por 4; y ahí tienen los servicios de toda su estadía que a lo mejor se extendía por la Patagonia... y yo estaba trabajando en una minorista que no tenía grandes cantidades de fichas pero tenía unas diez por día todos los días. Y si te equivocas en un horario al cargarle una excursión... bueno tenés como factores de miedo, preocupación, como estar muy pendiente del trabajo” (Victor, 26 años, Lic. y Técnico en turismo, 2010)

Según los relatos pareciera que los dueños o encargados de estas empresas no consideran que la organización de la producción sea un elemento esencial de la competitividad y que la misma no pueda conseguirse más que a través de la motivación de los trabajadores.

Con el **CUADRO 6** se pretende exponer una síntesis de la actividad dentro de las agencias según su tamaño con el fin de mostrar los niveles de división del trabajo en cada categoría de agencia de viajes:

Cuadro 6
Categoría de las agencias de turismo según tamaño

| Tamaño de las agencias | | | |
|-------------------------------|---|--|---|
| | Chicas | Medianas | grandes |
| cantidad de personal | De 1 a 5 empleados | De 6 a 25 empleados | Dueño y/o gerente, o presidencia. Más de 26 empleados |
| división del trabajo | - Bajo nivel. - En general todos hacen todo. - Local o departamento de 1 o 2 ambientes. | - Mayor nivel en relación con la agencia chica. - El trabajo se divide por sectores. - Espacio de trabajo desagregado por departamento o sector. | - Alto nivel y mayor complejidad del servicio. - Los sectores de trabajo están más desagregados en departamentos que en las agencias medianas. |
| supervisión o control | Autocontrol y supervisión permanente del dueño o encargado. | Control y supervisión por el encargado de cada departamento o sector. | Fuerte control. Supervisión permanente. Cada departamento tiene un responsable o gerente. |
| Salarios | Básico de comercio más comisiones por ventas. | Básico de comercio más comisiones por ventas. | Básico de comercio más comisiones por ventas. |

Nota: Cuadro cualitativo en base a las entrevistas realizadas a trabajadores/as de las agencias de viajes y turismo de CABA.

El contexto que venimos exponiendo revela que las exigencias actuales necesitan cada vez más de trabajadores/as profesionales polivalentes o “trabajadores multifuncionales”¹. Sin embargo, esta necesidad muchas veces se traduce en el alargamiento de la duración de las jornadas de trabajo y en una sobrecarga de responsabilidades en la actividad asignando ciertos rasgos de precariedad laboral al sector.

Conclusiones

A través de este estudio se pudo mostrar que el turismo fue un actividad significativa para la economía argentina, en particular a partir de la crisis económica, que se desencadenó durante los primeros años del siglo XX.

El crecimiento vertiginoso de esta actividad se volcó además en la cantidad de agencias de viajes y turismo situadas en la ciudad de Buenos Aires y principalmente por ello se decidió estudiar a los trabajadores de estas unidades que representan un eslabón esencial en todo el sistema turístico.

En relación al empleo del sector se observó el grado de formalidad y para ello se tomaron las tasas de empleo registrado y los aportes jubilatorios de los empleados entre el 2006 y el 2010. En este sentido los datos de las fuentes oficiales mostraron tasas que rondan entre el 65,5 y 67 % mientras que los datos provenientes del trabajo de campo muestran valores más altos. Esto se debe a que los informantes fueron en general los empleados encargados de las agencias de viajes por lo que se deduce que ese dato puede estar sesgado por el cargo del informante en relación a sus empleados.

Otro aspecto importante que surgió a partir de la observación es que los trabajadores/as con mayor categoría en la estructura organizativa de estas empresas presentan mayor nivel de formalidad que el resto de los empleados. Además se encontró un tipo particular de trabajador temporal (que en general son los pasantes y los guías) muy presente en la mayoría de las AVT y este tipo de trabajadores brinda sus servicios con un alto grado de estacionalidad marcada dependiendo de la demanda del servicio. La existencia de estos trabajadores que aquí denominamos “flotantes” tiene una relación directa con la inestabilidad laboral inherente a la temporalidad propia de la actividad y es muy frecuente que estén en negro y/o presten sus servicios de modo *freelance*.

Asimismo se categorizó a las agencias en chicas, grandes y medianas y se observó que la mayoría de las unidades corresponden a la categoría de chicas siendo estas últimas uni-

1 Benjamin Coriat y Dominique Taddéi, 1995. Pág. 168.

dades con menos de 5 empleados. También se reveló que existe una relación directa entre el tamaño de la empresa y la estructura organizativa y finalmente, y luego del análisis de los relatos de los empleados entrevistados, se pudo entrever un alto grado de presión y estrés en los trabajadores de todos los tipos de agencias (sean grandes, medianas o chicas). En las agencias chicas, la presión que sienten los trabajadores se debe a que en general trabajan solos (o con el dueño/a) y a que a su vez deben realizar múltiples tareas simultáneamente. Por otro lado, en las empresas grandes la presión se ejerce a través de la exigencia de los objetivos que comúnmente se pautan en este tipo de empresas y al alto grado de competitividad entre los empleados.

Finalmente este trabajo permitió profundizar los conocimientos sobre la estructura organizativa y la conformación del empleo en turismo, pero también abrió nuevos interrogantes sobre la relación entre el crecimiento particular de una actividad sectorial como es el caso del turismo, la consecuente generación de puestos de trabajo y las condiciones laborales de los trabajadores de las principales unidades de análisis de este sistema turístico.

Bibliografía

Catalano, Bárbara (2013), Perspectivas sobre el Turismo en la Comunidad Andina de Naciones. Análisis comparativo con el Mercosur. En Revista de Estudios Regionales y Mercado de Trabajo. Buenos Aires, pp 205-222.

Cepalstats, Datos obtenidos en línea – Balanza de Pagos – Cuenta Viajes.

Cru, D. (1988). Les règles du métier”. En D. Bajo la dirección de C. & C. y. Biologie (Ed.), Plaisir et souffrance dance le travail (Vol. I, págs. 29-49). AOCIP.

Dejours, C. (1998). Cómo formular una problemática de la salud en ergonomía y en medicina del trabajo. En M.-P. G.-B. Dominique Dessors, Organización del trabajo y salud. De la psicopatología a la psicodinámica del trabajo (pág. 233). Argentina: Lumen Hvmanitas.

Getino, Octavio, (2009), Entre el Ocio y el Negocio, Editorial Ciccus, Buenos Aires, pp, 176-196.

Molinier, D. D. (1998). La psicodinámica del trabajo. En M. P. Dominique Dessors, Organización del trabajo y salud. de la psicopatología a la psicodinámica del trabajo (pág. 12). Argentina: Lumen Hvmanitas.

Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires, 2004-2011. Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires, Viernes 15 de Julio, 2011, 10:59. http://www.bue.gob.ar/?mo=noticias&ac=ficha_noticia&ncNoticia=323

Salinas, Luis Ernesto, Informe y Trabajo decente. Responsabilidad social en la Argentina, disponible en línea en http://www.trabajo.gov.ar/downloads/responsabilidad/Trabajo_Decente.pdf

Sancho, Amparo, (2001), Introducción al turismo, OMT.

Scott Lash, John Urry. (1998). Economías de Signos y Espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización. Buenos Aires: Amorrortu.

Tottino Laura, Panaia, Marta; El perfil de los trabajadores de las Agencias de Viajes y Turismo de la Ciudad de Buenos Aires entre los años 2008 y 2010. ENCUENTRO PRE-ALAS CHACO “Fronteras abiertas de América latina: Geopolítica, cambios culturales y transformaciones sociales”. Preparatorio del XXVIII Congreso Alas Recife, realizado los días 11, 12 y 13 de mayo de 2011.

Tottino Laura; El caso de los trabajadores de las Agencias de Viajes y turismo de CABA en el 2003-2010. XXIX CONGRESO ALAS CHILE. Crisis y Emergencias Sociales en América latina. Facultad Diego Portales. Santiago de Chile, 29 de septiembre al 4 de octubre del 2013. Chile. □978-956-19-0828-4□

Tottino Laura Trabajo y Turismo: un acercamiento al mundo del trabajo en las Agencias de Viajes y Turismo de Ciudad de Buenos Aires de 2003 a 2011. “7JORNADAS DE JOVENES INVESTIGADORES”. IIGG /CLACSO. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires 6,7 y 8 de noviembre de 2013. Buenos Aires, Argentina.

Tottino Laura; Un acercamiento a la actividad de los operadores de viaje de Ciudad de Buenos Aires entre el 2003 -2011. “11° Congreso Nacional de estudios del Trabajo “El mundo del trabajo en discusión. Avances y temas pendientes”. De la Asociación Argentina de Especialistas en Estudios del Trabajo (ASET) Nacional e Internacional. Del 7 al 9 de agosto de 2013. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Vellas, Francois (2004), Economía y política del Turismo Internacional, Editorial Síntesis, Madrid.

Marketing para eventos: estratégias de promoção e comunicação da Feira Internacional do Milho de Santo Ângelo/RS - Brasil

Fabrcio Silva Barbosa¹

Guilherme Cadó Fernandes²

Katiane Gonçalves³

Davi Pires da Silva⁴

Resumo

Turismo de eventos pode ser definido como o planejamento sistemático do desenvolvimento e comercialização de festivais, eventos especiais que se tornam atrações turísticas, fomentadores de desenvolvimento, promovem a destinação turística e ajudam a consolidar a imagem da respectiva localização (GETZ, 1991). Inseridos no setor de serviços, o turismo de eventos desponta como um dos segmentos turísticos que mais crescem mundialmente, propiciando milhares de empregos diretos e indiretos e impactando diretamente nas atividades ligadas ao lazer. Este artigo teve como objetivo investigar as ações de comunicação e marketing implementadas pela organização da Festa Nacional do Milho da cidade de Santo Ângelo/RS. Para tanto, optou-se pela realização de uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa e com aplicação de estudo de caso como método. Os resultados da pesquisa apontam para a utilização de um planejamento de comunicação e marketing enxuto, que atende as necessidades do evento tendo como objetivos principais minimizar custos e maximizar os lucros através da obtenção da captação de patrocínios, sendo as ferramentas de comunicação e marketing para eventos fundamentais neste processo.

Palavras-chaves: Turismo. Turismo de Eventos. Marketing. Comunicação. Fenamilho.

1 Mestre em Turismo e Hotelaria (UNIVALI); Docente do Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal Farroupilha – Câmpus São Borja/RS. E-mail: fbarbosa@sb.iffarroupilha.edu.br.

2 Dados primários pesquisados por Guilherme Cadó Fernandes – Técnico em Eventos (IFFarroupilha – Câmpus São Borja. E-mail: guilhermcado@gmail.com

3 Dados primários pesquisados por Katiane Gonçalves Fonseca – Técnica em Eventos (IFFarroupilha – Câmpus São Borja. E-mail: katigoncalves13@gmail.com

4 Dados secundários pesquisados por Davi Pires da Silva - Bacharel em Administração (URCAMP). E-mail: davipires.sb@hotmail.com

Abstract

Events Tourism can be defined as the systematic planning of the development and commercialization of festivals, special events that become tourist attractions, increase development, promote tourist destination and help to consolidate the image of its location (GETZ, 1991). Inserted in the services sector, tourism events emerged as one of the fastest growing tourism segments worldwide, providing thousands of direct and indirect jobs and impacting directly in activities related to leisure. This article aims to investigate the actions of communication and marketing organization implemented by the National Corn Festival City San Angelo / RS. So, we decided to perform an exploratory study with a qualitative approach and application of case study as a method. The survey results point to the use of a communication planning, lean marketing, which meets the needs of the event having as main objectives minimizing costs and maximizing profits by obtaining the capture of sponsorships, with the tools of communication and marketing for events as essential in this process.

Keywords: Tourism. Tourism Events. Marketing. Communication. Fenamilho.

1 Introdução

O turismo, por ser uma atividade multidimensional e multifacetada, engloba várias atividades econômicas em um único segmento, de modo que estes processos devem ser planejados e estruturados para serem implementados de forma que os objetivos sejam alcançados. O segmento turístico se tornou o maior mercado na geração de empregos em escala mundial. Sua importância é percebida não só no nível econômico, mas também no nível social, contribuindo na relação dos desequilíbrios regionais em um país e na melhoria da distribuição de renda (SWARBROOKE; HORNER, 2002; O'CONNOR, 2001; THEOBALD, 2001; SANCHO, 2001; BARBOSA, 2010). Todas estas características referentes à atividade turística são encontradas dentro do segmento de eventos, que engloba um conjunto de serviços e leva à constituição de uma cadeia de produção, distribuição e valor. O grande desafio desta atividade é fazer com que estes serviços funcionem de forma sistemática, para que ocorra a perfeita integração dos processos de gestão (COOPER, 2001; GOELDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002; BARBOSA, 2010). Os eventos consolidaram-se como importantes fomentadores de turismo em diferentes destinações nacionais e internacionais. Para Kim, Gursoy e Lee (2004), os megaeventos são acontecimentos únicos, que beneficiam diretamente a comunidade onde são realizados.

Os autores salientam que os impactos gerados pela realização de megaeventos em destinações turísticas atingem diretamente áreas específicas, tais como: econômica, através do crescimento do turismo, sociocultural, política e psicológica, esta última refletindo diretamente junto aos residentes da comunidade.

No Brasil o Turismo de eventos segue em curva crescente. Segundo dados do Ministério do Turismo, no ano de 2012 o Brasil obteve a quinta melhor colocação no ranking de países receptores de eventos internacionais. Estes números mantêm o Brasil em sétimo lugar no ranking da ICCA (*International Congress and Convention Association*). É importante salientar que a realização de megaeventos como ferramenta de fomento do turismo, assim como da economia de diferentes destinações turísticas no Brasil e no mundo, tornou-se uma prática habitual. A prestação de serviços através da realização de megaeventos promoveu o surgimento de uma nova tipologia de turismo, originando o turismo de eventos, que se destaca assumindo o papel de impulsionar a economia de diferentes destinações e localidades turísticas (BARBOSA; SCAVARDA, 2013). Para que estas atividades alcancem os objetivos propostos, faz-se necessária a implementação de um plano de marketing e comunicação integrada que atendam as peculiaridades de cada tipo de evento.

Com base nesses pressupostos, o presente trabalho enseja investigar as ações de comunicação e marketing implementadas pela organização da Festa Nacional do Milho da cidade

de Santo Ângelo/RS. A Fenamilho de Santo Ângelo realizou em 2013 a sua 16ª edição com números bastante relevantes: cerca de 150 mil pessoas participaram do evento, representando um volume de R\$ 156 milhões negociados durante os dias de realização da festividade (FENAMILHO, 2014). O evento é realizado a cada dois anos e encontra-se consolidado como um grande fomentador da economia do município de Santo Ângelo e região. O município de Santo Ângelo encontra-se localizado na região noroeste do estado do Rio Grande do Sul. Possui atualmente 73.800 mil habitantes, tendo a sua economia baseada na pecuária, comércio, prestação de serviços e agricultura, sendo esta a principal (SANTOANGELO, 2014). Para investigar as estratégias de comunicação e marketing para eventos realizadas pela Fenamilho, optou-se pela realização de uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa e com aplicação de estudo de caso como método.

Uma entrevista semiestruturada com os diretores da empresa de comunicação e marketing para eventos da Fenamilho subsidiou a coleta de dados do trabalho. Os resultados da pesquisa apontam para a utilização de um planejamento de comunicação e marketing enxuto, que atende as necessidades do evento tendo como objetivos principais minimizar custos e maximizar os lucros através da obtenção da captação de patrocínios, sendo as ferramentas de comunicação e marketing para eventos fundamentais neste processo.

2 Revisão da literatura

2.1 O turismo de eventos consolidado como estratégia de desenvolvimento local

O turismo consolidou-se como umas das principais atividades atreladas à modernização contemporânea que privilegia as relações típicas da sociedade de consumo, especialmente quando transforma o lazer em mercadoria consumida em viagens que acontecem pelos mais diversos motivos, o que pressupõe outros tipos de consumo (CARIOLANO, 2012). O termo Turismo, durante o século XX, passou por grandes transformações. No geral quando se fala em Turismo pretende-se caracterizar um fenômeno social que no imaginário da população mundial encontra-se ligado diretamente a viagens, estadas, transportes e hospedagens (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2012). A economia global atual reconhece o Turismo como sendo uma atividade econômica, que beneficia tanto destinos desenvolvidos como destinos que se encontram em vias de desenvolvimento. Os autores afirmam que os estudos acadêmicos que envolvem o turismo são relativamente novos, quando comparados com os estudos que envolvem os produtos manufaturados (YILMAZ; BITITCI, 2005).

Lohmann e Panosso Neto (2012) apontam que os primeiros estudos científicos com caráter mais técnicos acerca do Turismo tiveram início ao final do século XIX e início do

século XX. Entre os primeiros trabalhos destacam-se os de Guyer-Freuler (1883 e 1905), o de Rae (1891), o estudo de Bodio (1899) e o de Stradner. Todos estes trabalhos tiveram uma imensa contribuição corroborando para um maior entendimento e compreensão do turismo pela sociedade atual e da época. Para a OMT (1994, p. 25), “[...] o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócio ou outras”. Segundo os dados do Ministério do Turismo e Instituto Brasileiro de Turismo, em 2013 o Brasil recebeu US\$ 5,6 bilhões em sua economia, no período de janeiro a outubro de 2013, por meio do turismo. O número representa um recorde histórico para o período e, convertido em moeda nacional, significa uma receita de R\$ 11,8 bilhões ao país, um desempenho recorde do turismo no Brasil, igualando o montante gerado pelas indústrias automobilísticas e de celulose (ABEOC, 2014). O bom desempenho do segmento turístico não ficou restrito apenas ao Brasil, alcançando números significativos mundialmente, devido ao fluxo de pessoas que viajam para o exterior. O turismo mundial teve um ano “extraordinário” em 2013, com um aumento maior do que o esperado no número de pessoas viajando para outros países, segundo dados divulgados pela Organização Mundial do Turismo (OMT), agência da ONU para o setor. Foram 1,087 bilhão de pessoas fazendo viagens para fora de seus países. O Instituto Brasileiro de Turismo é otimista em relação às projeções para 2014, O próximo ano deve marcar novo recorde na entrada de divisas.

Um estudo desenvolvido pela assessoria técnica da presidência da Embratur mostra que, considerando apenas o dinheiro gasto por turistas brasileiros e estrangeiros durante os 30 dias de jogos da Copa do Mundo, a economia brasileira já terá retorno de todos os investimentos públicos feitos para garantir a realização do evento. Baseado no gasto médio de turistas de eventos no Brasil e nos gastos realizados por estrangeiros na última edição da Copa do Mundo, em 2010, os economistas da Embratur estimaram que os brasileiros irão gastar R\$ 18,35 bilhões em suas viagens. Já os estrangeiros devem gastar R\$ 6,85 bilhões. A somatória final chega a R\$ 25,2 bilhões. Neste contexto e inserido na atividade turística, o turismo de eventos surge como uma das ramificações que mais crescem mundialmente. O Brasil atualmente encontra-se em sétimo lugar no ranking mundial dos países que mais realizam eventos internacionais (ICCAWORLD, 2014). Segundo ainda os dados da ICCA (International Congress and Convention Association), no ano de 2011 houve um crescimento de 10% no Brasil no que se refere à realização de eventos internacionais, totalizando ao todo 304 eventos.

Entende-se por uma decisão estratégica qualquer alternativa que resulte em uma nova maneira que permita que as organizações consigam otimizar os seus recursos básicos. É fato que nem toda decisão estratégica é de longo prazo, embora seja indispensável que

seja de longo alcance (GRACIOSO, 2012). A noção de marketing é apresentada pela *American Marketing Association* como:

[...] o processo de planejamento e execução da concepção, precificação, promoção e distribuição de idéias, bens e serviços a fim de criar intercâmbio com grupos-alvo que satisfaçam objetivos individuais e organizacionais (BALLOU, 2004: 42).

De acordo com o entendimento de Varadarajan (2010), a evolução do marketing estratégico como uma área de estudo é claramente percebida a partir do momento em que se verifica uma confluência de perspectivas, paradigmas, teorias, conceitos, princípios e métodos que compreendem esta área do conhecimento como um campo ligado diretamente a gestão e a organizações industriais e econômicas. Hunt (1983) conceitua o marketing como sendo uma ciência comportamental que visa explicar as relações de trocas. O autor afirma ainda que estas relações são pautadas em princípios norteadores que procuram consolidar as experiências entre consumidores e fornecedores. De acordo com Day (1994), *marketing concept*, a orientação para o mercado, representa a visão direcionada entre empresas e consumidores. Assim, a capacidade de atingir vantagem competitiva na prestação de serviços significa prever as necessidades do mercado e se antecipar às mudanças.

3 Procedimentos Metodológicos

Para investigar as ações de comunicação e marketing implementadas pela Fenamilho, optou-se pela realização de uma pesquisa exploratória e qualitativa. De acordo com os preceitos de Goldenberg (1997, p. 34):

a pesquisa qualitativa não se preocupa com a representatividade numérica mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social de uma organização, etc. os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais possuem as suas especificidades, que pressupõem uma metodologia própria. Assim os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa.

O método utilizado para coleta de dados foi o estudo de caso. Para Yin (2005, p. 32), estudo de caso é uma investigação empírica sobre “[...] um fenômeno dentro do seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. O estudo de caso, nas palavras de Gil (2009, p. 5), trata-se de:

[...] um dos diversos modelos propostos para produção do conhecimento num campo específico, assim como também o são o experimento e o levantamento. E que, embora caracterizado pela flexibilidade, não deixa de ser rigoroso, pois não pode ser considerado um tipo de pesquisa “mais light” que se recomenda para quem não detém condições para a realização de um trabalho mais rigoroso.

A coleta de dados desta investigação foi realizada através de uma entrevista realizada na sede da empresa de comunicação responsável pelas ações de comunicação e marketing da Feira Internacional do Milho de Santo Ângelo/RS. Participaram deste processo a diretora de criação da empresa, o diretor de atendimento e o executivo da comissão central de organização do evento. O instrumento que norteou a entrevista foi um questionário semi-estruturado. Informações complementares foram obtidas através de pesquisa realizada no website da festa unidade de análise deste trabalho.

4 Apresentação dos dados coletados

A Feira Internacional do Milho – Fenamilho é realizada a cada dois anos na cidade de Santo Ângelo no estado do Rio Grande do Sul Brasil. O evento possui uma representatividade muito grande para o município e região. A última edição do evento realizada no ano de 2013 reuniu aproximadamente 100.000 pessoas e movimentou aproximadamente R\$ 156 milhões em negócios durante os nove dias de realização da festa, números considerados bastante significativos quando comparados com outros eventos que acontecem na região (FENAMILHOINTERNACIONAL, 2014). O evento é realizado no Parque de Exposições Siegfried Ritter, que possui uma área disponível de 40 hectares estruturados com dois centros administrativos, salão de convenções com capacidade para 300 pessoas, anfiteatro e praça de alimentação. O Parque possui ainda espaços para 700 expositores, espaços para artesãos, espaços disponíveis para exposição de equinos, ovinos e bovinos (FENAMILHOINTERNACIONAL, 2014). Ainda com relação à infraestrutura do evento, o diretor de atendimento da empresa responsável pelo planejamento de comunicação e marketing da Fenamilho explicou que a infraestrutura disponível não atende as necessidades do evento. Segundo o entrevistado, na última edição do evento havia uma lista de espera com aproximadamente 110 expositores aguardando que fosse disponibilizado um

espaço. Outro problema indicado pelo entrevistado foram as limitações com a capacidade de carga do estacionamento e do anfiteatro. Estes limitadores impedem que o evento realize grandes shows, que apesar de não serem o foco principal da festa, funcionam como importantes ferramentas de promoção, assim como de captação de patrocínio.

A Fenamilho realiza diversas atividades durante a sua programação dentre as mais importantes destacam-se: a Exposição de Comércio e Indústria; Concurso de gado leiteiro e animais de pequeno porte, morfologia de cavalos crioulos além de realizar atividades ligadas agroindústria considerada pelos entrevistados o forte da feira e também ações ligadas à cultura. Segundo o executivo da comissão central de organização do evento o planejamento da feira é realizado de acordo com o perfil escolhido para aquela edição pela comissão central. A edição do ano de 2013 teve um custo aproximado de R\$ 1.800,00 (um milhão e oitocentos mil reais)¹. Os entrevistados explicaram que a feira é um evento organizado pela Associação Comercial e Industrial de Santo Ângelo – ACISA, tendo como principais parceiros o Clube de Diretores Lojistas – CDL, o Sindilojas, o sindicato Rural de Santo Ângelo, o sindicato dos trabalhadores rurais, as instituições de ensino URI e IESA e a Câmara Municipal de Vereadores de Santo Ângelo, além da Prefeitura Municipal de Santo Ângelo, que é a responsável em nomear a comissão central de organização do evento.

Com relação às ações de comunicação e marketing para eventos, a Fenamilho conta com os serviços de uma empresa especializada que faz a gestão de todo este processo. Dentre as principais ações realizadas pela empresa, a diretora de criação destaca: o planejamento de mídia e comunicação do evento; comunicação e sinalização da feira; criação de identidade visual, incluindo a criação de toda a parte gráfica e de papelaria utilizada durante as fases de pré-evento e transevento; criação do *website* do evento; captação de patrocínios e assessoria de imprensa. Para os diretores, a empresa agregou uma grande contribuição no processo de captação de patrocínios quando implantou os modelos de cotas quando da realização deste processo. O diretor de atendimento da feira salientou que a estruturação adequada das estratégias de marketing de patrocínio têm garantido apoios do empresariado local e entidades federais como o Ministério da Cultura através da Lei de Incentivo à Cultura, do BNDS, Petrobrás e Caixa Econômica Federal. Sobre estes últimos, o entrevistado assegurou que mais do que um projeto bem estruturado, faz-se de extrema importância a existência de apoio político neste processo. Com relação às principais ferramentas de comunicação utilizadas pela feira, os entrevistados citaram: o *website* do evento; os releases enviados à imprensa; rádios; vídeos institucionais; *jingle* e as redes sociais (*Facebook*), este último tendo a sua gestão também realizada pela empresa de propaganda e publicidade da feira. Para o diretor de atendimento da empresa o

¹ Informação verbal disponibilizada pelo secretário executivo da comissão central de organização da Fenamilho em 05 de abril de 2014.

grande gargalo na comunicação do evento é o fato de que as estratégias de comunicação e marketing da Fenamilho ainda não são reconhecidas como estratégicas, o que de certa forma dificulta o trabalho da equipe responsável pela implementação da atividade. Outro *gap* citado pelo entrevistado é a dificuldade quando do cumprimento dos prazos estabelecidos. Como ainda existe a cultura de se trabalhar de forma amadora, a ausência de um pensamento mais estratégico como já salientado anteriormente algumas vezes compromete alguns setores do evento.

5 Análise dos dados coletados

É indiscutível que a segmentação de mercado realizada pelas ações de marketing bem estruturadas representa uma nova oportunidade para o crescimento do turismo de eventos, uma vez que a partir delas é possível que seja determinado o perfil de participantes e de potenciais patrocinadores (TKACZYNSKI; RUNDLE-THIELE, 2011). A gestão de marketing para eventos consolida-se como uma área de extrema relevância para pesquisadores e profissionais deste segmento, uma vez que a sua potencialidade econômica, assim como os benefícios às destinações e localidades turísticas onde são realizados encontram-se amplamente reconhecidos. Autores como Felsenstein & Fleischer (2003), Formica & Uysal (1998), Van Der Wagen & Carlos (2005) pontuam que os eventos aumentam a demanda do turismo local e contribuem para a melhora da identidade da comunidade local. Nesta perspectiva, o presente trabalho identificou através da pesquisa de campo como a Festa Nacional do Milho contribui para o desenvolvimento econômico e regional da cidade de Santo Ângelo no estado do Rio Grande do Sul. Observou-se que o sucesso deste evento deve-se em grande parte ao planejamento de comunicação e marketing implementado pela organização do evento. A pesquisa sinalizou que ações de comunicação e marketing da Fenamilho não possuem caráter apenas promocional, como ocorre com grande parte de megaeventos que são realizados no Brasil.

O planejamento de marketing da Fenamilho, por ser realizado por uma empresa de publicidade local, possui a preocupação de realmente ser eficiente e atender as necessidades do evento. Para Allen *et al* (2008), as decisões acerca da comunicação de marketing do evento, incluindo o *mix* de mídia e as mensagens que atingirão o público alvo, são requisito indispensável no processo de construção do planejamento de marketing de um megaevento. A pesquisa também evidenciou o grande papel exercido pelas redes sociais no quesito promoção de produtos. No segmento de eventos não seria diferente: as redes sociais surgem como uma das principais ferramentas de comunicação utilizadas pela organização do evento objeto de estudo deste trabalho. Halligan e Shah (2010) comentam em sua obra que a principal tarefa dos profissionais de marketing é promover os seus

produtos com a finalidade de que pessoas comprem. Para que esta tarefa seja cumprida a contento, o profissional recorre ao auxílio de técnicas tradicionais, tais como: telemarketing, mala-direta, propaganda e impressa, entre outros. Ocorre que estas técnicas tradicionais de marketing atualmente já não são tão eficazes diante da verificação do avanço dos recursos tecnológicos atuais. É aí que as redes sociais assumem um papel de extrema relevância, o de suprir a ineficiência das técnicas de comunicação tradicionais.

6 Considerações finais

O marketing para eventos aborda um tema relativamente novo no que diz respeito aos estudos e pesquisas acadêmicas envolvendo esta temática. Entende-se que o marketing para eventos recebe uma grande influência do marketing tradicional. O trabalho alcançou o seu objetivo a partir do momento em que, através da apresentação dos dados coletados, foi possível visualizar as principais estratégias de comunicação e marketing utilizadas pela organização da Festa Nacional do Milho da cidade de Santo Ângelo, no estado do Rio Grande do Sul/ Brasil. A pesquisa também ratificou a importância das redes sociais como veículo de comunicação, capaz de promover produtos e serviços com uma grande abrangência. Percebeu-se também que o trabalho da diretoria de marketing do clube pesquisado não se limita apenas à promoção do clube; trata-se de um setor de extrema relevância dentro do evento, com atribuições que partem da gestão evento, passando pela captação de patrocínios e implementação do planejamento de comunicação da festa. Por fim, verificada a ausência de trabalhos formais envolvendo a temática apresentada nesta investigação, sugere-se a realização de novos estudos com enfoque no planejamento de comunicação e marketing para eventos utilizando como unidade de análise outros megaeventos regionais ou nacionais realizados no Brasil.

7. Referências:

- ABEOC. <<http://www.abeoc.org.br/tag/economia/page/2/>>. Acesso em 29/04/2014.
- ALLEN, J; O'TOOLE, W; MCDONNELL, I; HARIS, R. (2008). Organização e gestão de eventos. 3 ed. Rio de Janeiro: Campus.
- ANDERSON, Bruce D. (1991). On corporate strategy. Boston: Boston Consulting Group, 1981.
- BABBIE, E. (1998). The Practice of Social Research. California: Wadsworth publishing Company.
- BALLOU, R. H. (2004). Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial. 5 ed. Porto Alegre: Bookman.
- BARBOSA, F. S. (2010). O Processo Logístico de Eventos: um estudo de caso da Oktoberfest de Blumenau/SC. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú.
- BARBOSA, F. S.; SCAVARDA, A. J. (2013). Logística Integrada de Eventos: um estudo de caso da Fenaoste de São Borja/RS. Anais do X Seminário da Associação Nacional de pesquisa e Pós Graduação em Turismo – ANPTUR. Caxias do Sul.
- BBC.<http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2014/01/140120_turismo_brasil_dg.shtml>. Acesso 04/07/2014.
- BENI, M. C. (2003). Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph.
- BODIO, L. (1899). Sul movimento dei forastieri in Italia e sul denaro che vi spendono. *Giornale degli Economista*, Italia.
- CARIOLANO, Luzia Neide (org). (2012). Turismo, território e conflitos imobiliários. Fortaleza: EDUECE.
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S. (2001). Turismo: princípios e práticas. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.
- DENCKER, A. F. M. (1998). Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura.
- DAY, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), p. 37–52.
- FAYOS, E. (1996). Tourism Policy: A Midsummer Night's Dream? *Tourism Mana-*

gement nº.7, p.405–412.

FEIRA INTERNACIONAL DO MILHO.<http://www.fenamilhointernacional.com/site/fenamilho_negocios.php#conteudo_texto>. Acesso em 06/04/2014.

FELSENSTEIN, D., & FLEISCHER, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: the role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385 e 392.

FORMICA, S., & UYSAL, M. (1998). Market segmentation on an international cultural-lehistorical event in Italy.*Journal of Travel Research*, 36(4), p. 16 a 24.

GADOTTI DOS ANJOS, S.J; MASCARELLO, A. (2009). Medição da qualidade em destinos turísticos: um estudo de caso em Balneário Camboriú/SC. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. 10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade AnhembiMorumbi – UAM/ São Paulo.

GETZ, Donaldo. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Progress in Tourism Management. Tourism Management*. V. 29 pg. 403–428.

GETZ, D. (1991). *Festivals, special events and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

___. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*. Vol. 29. P. 403-428.

GIL, A. C. (2009). *Estudos de caso*. São Paulo: Atlas.

GOELDNER, Charles R. et. al. (2002). *Turismo: princípios, práticas e filosofias*. Porto Alegre: Bookman.

GOLDENBERG, M. (1997). *A arte de pesquisar*. Rio de Janeiro: Record.

GRACIOSO, F. (2012). *Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado*. 6 ed. São Paulo: Atlas.

GUYER-FREULER. E. (1905). *Amtlicher Berich uber das Schweiser Hotelwesen*. Zurique, 1883.

___. (1905). *Fremdenverkehr und hotelwesen*. Berna, Suíça.

HALLIGAN, B.; SHAH,D. (2010). *Inbound Marketing: Marketing Receptivo*. Rio de Janeiro: Alta Books.

HOLJEVAC, I. (2003). *A Vision of Tourism and the Hotel Industry in the 21st*

Century. *International Journal of Hospitality Management*, nº 22, p.129–134.

HOYLE, L. H. Jr. (2008). *Marketing de eventos: como promover com sucesso eventos, festivais, convenções e exposições*, São Paulo, Atlas.

HUNT, S. D. (1983). *General theories and the fundamental esplanade of marketing*. *Journal of Marketing*, vol. 47, p. 9–17.

JEON, S.; KANG; I.; LEE, S. (2005). The relationship between persistence of abnormal earnings and usefulness of accounting information in hotel companies. *Tourism Management*, vol. nº.25, p.735-740.

KIM, Hyun Jeong; GURSOY, Dogan; LEE, Soo-Bum. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre and post-games. *Tourism Management*. V. 27 p. 86–96.

INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION. Disponível em: <<http://www.iccaworld.com/npps/>>. Acesso em 29/04/2014.

LOHMANN, G; PANOSSO NETO, A.: (2012). *Teoria Geral do turismo. Conceitos modelos e sistemas*. 2 ed. São Paulo: Aleph.

MINISTÉRIO DO TURISMO. <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20130508-2.html>. Acesso em 06/04/2014.

O’CONNOR, P. (2001). *Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria*. Porto Alegre: Bookman.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. <<http://www.abeoc.org.br/tag/omt/>>. Acesso em 06/04/2014.

___. (1994). *Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

PEDRO, F. CAETANO, J, CHRISTIANI, K, RASQUILHA, L. (2007). *Gestão de eventos*. 2 ed., Lisboa, Quimera Editores.

PREFEITURA DE SANTO ÂNGELO. <<http://www.santoangelo.rs.gov.br/>>. Acesso em 29/04/2014.

RAE, W. F. (1891). *The business of Travel: fifty years’ record of progress*. Londres.

RAO, V. STECKEL, J. (1998). *Analysis for strategic marketing*. Addison-Wesley Read-

ing, Massachusetts.

SAMPIERI, R.H *et al.* (1991). Metodologia de la investigación. México: Mcgraw-Hill.

SANCHO, A. (2001). Introdução ao Turismo. São Paulo: Roca.

STRADNER, J. (1905). SWARBROOKE, J.; HORNER, S. (2002). O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo: Aleph.

THEOBALD, W.F. (2001). Turismo Global. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.

TKACZYNSKI, Aaron; RUNDLE-THIELE, Sharyn R. (2011). Event segmentation: A review and research agenda. *Tourism Management*, 32. P. 426 a 434.

VAN DER WAGEN, L., & CARLOS, B. R. (2005). Event management for tourism, cultural, business and sporting events. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

VARADARAJAN, R. (2010). Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. *Journal of the Acad. Mark. Sci.* Vol. 38. P. 19–140.

VERGARA, S. C. (2001). Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 13 ed. São Paulo, Atlas.

WEBSTER, F. Jr. (1992). The changing role of marketing in the corporation. In: *Journal of Marketing*, v. 56, n. 3.

YILMAZ, Yildirim. BITITCI, Umit. (2005). Performance measurement in the value chain: manufacturing v. tourism Performance measurement in the value chain. *International Journal of Productivity and Performance Management*. Vol. 55 No. 5, 2006 pp. 371-389.

YIN, R. K. Estudo de Caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Patrimonio cultural inmaterial en función de su uso turístico: Análisis del caso Barrio Getsemaní, Cartagena de Indias, Colombia (Patrimonio Cultural de la Humanidad, UNESCO).

Intangible cultural heritage in terms of their tourist use: Case analysis Neighborhood Gethsemane, Cartagena de Indias, Colombia (Cultural Heritage, UNESCO).

Alfonso Escobar Nieves M.¹

1. Resumen

El presente proyecto pretende evaluar el impacto de las políticas públicas del PCI, a partir del estudio de las manifestaciones inmateriales del barrio de Getsemaní relacionando estas variables con la potencialidad de autogestión turística por parte de la comunidad residente.

Para ello, se propone una metodología tanto cuantitativa y cualitativa, estructurada en cuatro fases: la primera, basada en la recolección y análisis de la información relacionada con el PCI y la gestión turística del mismo, una segunda fase de corte cualitativo con énfasis en la participación de la comunidad dentro de la propia investigación, una tercera fase de valoración de impacto de las políticas públicas y una cuarta fase de consolidación de resultados, recomendaciones y estrategias para la acción.

En el estudio de las políticas públicas se acude a los “cuatro imperativos intelectuales” mencionados por Montecinos (2004) y al concepto de instrumentos de políticas turísticas expuestas por Velasco (2004). Para caracterizar las manifestaciones asociadas al PCI en función de su uso turístico se seguirá la metodología propuesta por MinCIT (2010).

La evaluación muestra que para materializar las políticas orientadas a la recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural es necesaria la ejecución de una política integral que tenga más en cuenta lo local. Así mismo, no es suficiente avanzar en la recuperación del patrimonio físico, si no se logra la protección del patrimonio inmaterial, que es el alma de

¹ Sc., Fundación Universitaria los Libertadores, Bogotá D.C Colombia, arescobarn@libertadores.edu.co

la identidad nacional. En este sentido se debe contener la migración de la población como portadora de la memoria inmaterial, fortalecer la débil articulación con los actores locales e incentivar la participación de las comunidades en la protección y conservar el patrimonio cultural material e inmaterial, proceso de inclusión que requiere de una mayor intervención tanto de las autoridades locales como del propio Ministerio de Cultura.

El desarrollo turístico del barrio declarado patrimonio de la humanidad ha generado diferentes dinámicas como, el proceso de discriminación y migración de sus habitantes, generada por la presión y el incremento del valor inmobiliario y el cambio en el uso y propiedad del suelo. Empero, la comunidad aún se conserva en un porcentaje pequeño y se expresa, no sólo con sus manifestaciones tradicionales de tipo social o cultural, sino con un amplio sentido de pertenencia e identidad.

Palabras Clave: Política pública, patrimonio cultural, turismo, sostenibilidad, salvaguardia, comunidades locales.

2. Marco teórico

Colombia es un país multilingüe y pluricultural contando con realidades y escenarios diversos, complejos y de abismales diferencias. El propio proceso histórico del país, hacen del espacio territorio un “collage de patrimonios” que se vuelven un reto en la planificación y organización del territorio, pero que a la vez, lo convierten en un espacio con una diversidad cultural única, de vital importancia para el turismo.

La interacción dinámica entre turismo y patrimonio cultural se concreta en la Carta Internacional sobre Turismo cultural adoptada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, 1999):

En respuesta a las tendencias de diversificación del turismo, reconoce que el Patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo. Con el compromiso y la cooperación de las partes interesadas se puede llegar a una industria sostenible del Turismo y aumentar la protección sobre los recursos del Patrimonio en beneficio de las futuras generaciones (ICOMOS, 1999). Sin embargo, una mala gestión de este tipo de turismo supondrá por un lado la degradación del entorno y de la población residente portadora del legado inmaterial y de la propia experiencia de los visitantes.

Por tanto, la gestión del turismo cultural en localidades como Cartagena y el barrio de Getsemaní, debe abordar temas relacionados con la apropiación social del patrimonio cultural, la participación activa de las poblaciones locales en la planificación turística dentro del marco del desarrollo sostenible y el conocimiento, comprensión y disfrute responsable de las expresiones culturales y naturales por parte de los visitantes.

Los elementos teóricos-conceptuales que tomará como referencia la presente investigación están basados principalmente en directrices establecidas por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, la OMT, el Ministerio de Cultura y Ministerio de Comercio Industria y Turismo - MinCIT, los cuales permiten fortalecer el proceso investigativo que se adelantará.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

El presente estudio pretende analizar las políticas públicas para la revalorización del patrimonio monumental de ciudades patrimonio de la humanidad desde el turismo a través del estudio de caso: Barrio Getsemaní, Cartagena de Indias, Colombia.

3.2 Objetivos específicos

Identificar las políticas públicas que tienen incidencia en la gestión del patrimonio cultural inmaterial del barrio de Getsemaní desde el ámbito cultural y el ámbito turístico.

Analizar el efecto que ha tenido el desarrollo turístico en el patrimonio cultural inmaterial que se manifiesta en el barrio de Getsemaní.

4. Metodología

El tipo de investigación: Estudio de caso que involucra aspectos descriptivos y explicativos de los temas objetos de estudio, basados en una investigación mixta de tipo cualitativa como cuantitativa. Se usaron técnicas tales como entrevista, revisión de documentos e interacción con expertos, individuos, grupos y ONG, s relacionadas con el tema.

En consecuencia, a continuación se presenta un esquema general del proceso metodológico de investigación desarrollada que involucre tres grandes fases:

Fase 1. Obtención de datos y recolección de información relacionada con las políticas públicas referente al objeto de estudio, los actores intervinientes, así como la información relevante de proyectos similares adelantados en otros lugares como elementos de estudio y comparación por medio de las diferentes técnicas enunciadas.

Fase 2. Estudio y análisis de la información obtenida que permita establecer los principales ejes de comparación entre las políticas públicas del objeto de estudio. En el estudio de las políticas públicas se puede distinguir “cuatro imperativos intelectuales que son: a. Un interés por el modelo completo de los sistemas políticos y sus procesos b. Una creencia sobre la importancia de las consecuencias de las acciones gubernamentales c. Un Lucha por conseguir conocimiento útil a la vez que teoría y empíricamente sensato d. Una convicción de que la democracia importa. Estos cuatro imperativos han sido los principales gestores de conflictos y avances dentro del enfoque de la política pública en la administración pública y en la ciencia política (Nelson, 2001; Montecinos, 2007). En el presente estudio el interés por el proceso de la política se centra principalmente en el segundo imperativo. Para el efecto se recurre al concepto de instrumentos de políticas turísticas expuestas por Velasco (2004).

Fase 3. Consolidación de la información, elaboración de documentos y formulación de nuevos conocimiento que permite establecer otros ejes temáticos de comparación entre las políticas públicas turísticas.

5. Resultados

5.1. Políticas Públicas de Colombia de los Sectores Cultural y Turístico.

En Colombia existe una “larga” tradición de defensa del Patrimonio, relacionada con los desarrollos de la cultura internacional. La preservación del patrimonio cultural específicamente monumentos tiene sus bases en la Carta de Atenas (1931) promovida por la conferencia internacional de Atenas, que plantea la restauración de los monumentos representativos de una región así como su protección y conservación.

Con la promulgación de las leyes 5 de 1940 y 107 de 1946 se avanzó en la definición patrimonial colombiana, al “declarar como Monumentos Nacionales, de utilidad pública, todos aquellos edificios y lugares que por su antigüedad y belleza arquitectónica o por su tradición histórica merezcan ser conservados como patrimonio nacional”. De manera específica fue declarado el recinto amurallado de Cartagena como Patrimonio Nacional en 1940, dando inicio a una política de protección para el sector histórico en su totalidad.

Con la Ley 163 de 1959 se avanzó en la protección del patrimonio, el Art. 1 establece:

Declárense Patrimonio Histórico y Artístico Nacional los Monumentos, tumbas prehispanicas y demás objetos, ya sean obra de la naturaleza o de la actividad humana, que tengan interés especial para el estudio de las culturas pasadas, de la historia del arte o para las investigaciones paleontológicas y que se hayan conservado sobre la superficie o el subsuelo nacionales.

La Ley General de Cultura: 397 de 1997 amplió la definición de patrimonio cultural de la Nación constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que posee un especial interés histórico, artísticos, estéticos, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.

A partir de la Ley 1185 del 2008 conocida como la ley de patrimonio cultural, se modifica la Ley General de la Cultura y se establecen nuevas disposiciones, a la anterior definición se sumaron también como integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y criollas, el conocimiento ancestral y el paisaje cultural.

La Ley de Patrimonio contempla dentro de sus funciones principales por intermedio del Estado, el impulso de procesos culturales de reconocimiento y apropiación de las principales tradiciones, así como el respeto a la diversidad cultural y la difusión de cada una de la muestra representativa de la cultura nacional.

El documento Visión 2019 establece que Colombia será una nación creativa donde todos los ciudadanos, sin distinción de ninguna índole, serán capaces de interactuar y cooperar entre sí, con oportunidad de creación y disfrute de las expresiones culturales en condiciones de equidad y respeto por la diversidad. Las acciones van dirigidas: 1. aumentar el porcentaje de población que tiene una apropiación social del Patrimonio Cultural (PC), y ejercer el reconocimiento de la diversidad. 2. Educar a la ciudadanía en el concepto de patrimonio para sensibilizarla y comprometerla con su salvaguardia e impulsar investigaciones en la material.

En el Plan Nacional de Cultura 2001- 2010 “Hacia una ciudadanía democrática y cultural” se establece una ruta o acuerdo de un proyecto colectivo abierto y pedagógico con base a la Ley de Patrimonio. Este Plan reconoce la existencia de conflictos violentos en Colombia y busca la protección de las memorias y los procesos de creación, estructurándose en tres campos de políticas: participación, creación y memoria y dialogo cultural (Ministerio de Cultura, 2000).

La Ley General de Turismo (Ley 300 de 1998), reconoció al turismo, como actividad prioritaria para el desarrollo económico del país y estableció los objetivos de política hacia su competitividad y sostenibilidad, dada la potencialidad que este sector tiene para el país. Así mismo identificó modalidades de turismo relacionadas con el aprovechamiento del turismo cultural, las cuales son prioritarias para su fomento a través del Plan Sectorial de Turismo.

De acuerdo a estas orientaciones el Plan Sectorial de Turismo 2011-2014”Turismo: Factor de prosperidad para Colombia” dirige sus esfuerzos a fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados atendiendo la oferta de turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, náuticos, de congresos, eventos e incentivos, y de salud y bienestar.

En concordancia con el reto de lograr que las dos tendencias aparentemente opuestas como son la conservación del patrimonio cultural y el desarrollo sostenible del turismo, el documento de Política de Turismo

Cultural formulado por los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo y de Cultura tiene como objetivo general posicionar y promocionar a Colombia como un destino cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones (MinCIT et al., 2007).

5.2. Cartagena de Indias, Colombia: Patrimonio Histórico de la Humanidad por la UNESCO.

Conocida como la Heroica, Cartagena de Indias es una ciudad llena de historia entre sus calles y habitantes, fundada en 1533 por el español Don Pedro de Heredia y fue el más importante puerto de América. Su excelente ubicación y fuerte militar la convirtió en refugio de tesoros y riquezas de la corona española. Para defenderla de los sucesivos ataques de piratas se construyó un majestuoso cerco de murallas y fortificaciones que hoy en día es el reflejo de la historia de un pueblo colonial. En la época republicana la ciudad entraría en un largo período de estancamiento, producto de su pérdida de interés estratégico y comercial. Más adelante Cartagena marcó el inicio de estas preocupaciones patrimoniales, con los procesos de modernización que se produjeron en la ciudad a finales del siglo XIX, que dieron como resultado la demolición de diferentes sectores de las murallas.

Con la Ley 48 de 1918 (Congreso de Colombia, 1918) se creó la Dirección Nacional de Bellas Artes con funciones en la conservación de “edificios y monumentos públicos, fortalezas, cuadros, esculturas y ornamentos de los tiempos coloniales y monumentos precolombinos”. Esta institución fue creada para defender los grandes monumentos de la nacionalidad colombiana; así mismos se produjeron otros desarrollos legislativos en la década de los años treinta, a partir de los cuales se efectuaron intervenciones en sectores urbanos y partes de las murallas de Cartagena anteriormente derribadas.

A partir de la década de los años sesenta del siglo XX las entidades gubernamentales y las empresas privadas iniciaron las primeras acciones para recuperar algunos inmuebles de interés patrimonial, acondicionándolos para sus propias sedes y se canalizaron importantes recursos a través de la Dirección de Inmuebles del Ministerio de Obras Públicas por medio de la Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena para la restauración y mantenimiento de las fortificaciones de la ciudad y su bahía.

La Sociedad de Mejoras Públicas se instaura a comienzos del siglo XX (25 de septiembre de 1917) para proponer y supervisar las obras públicas llevadas a cabo en la ciudad y el ornato. Ocupó una posición intermedia entre defensa del patrimonio, política urbana y promoción turística, en los cuales las murallas se convertirían en uno de los ejes principales de los planes de acción de la Sociedad. En 1943 la Sociedad de Mejoras Públicas asume las funciones de la Junta de Monumentos y Turismo del Departamento, entidad creada dos años antes y rápidamente disuelta.

A partir de los años 70 la Sociedad pierde su papel no solo en las políticas urbanas, sino también en el desarrollo del turismo e incluso en la gestión de patrimonio. Aparecen organismos especializados en el turismo, tales como, La Corporación Turística, la Promotora de Turismo y Culturismo que contribuyeron a que la Sociedad pasara de una posición de fuerza a la rivalidad y a la marginación. Al mismo tiempo organismos como la Sociedad de Amigos de los Castillos y la Fundación para la Preservación del Patrimonio, monopolizan la promoción del patrimonio, de tipo mundial, tal y como será reconocido por la UNESCO. La marginalización en cuanto al patrimonio y su no participación en procesos tales como: La erradicación de Chambacu, el traslado del Mercado a Bazurto y en la solicitud de declaración como patrimonio de la humanidad, inician el proceso de sustitución de las funciones de la Sociedad, como agente central en la definición de las políticas turísticas.

En los años 80 la Sociedad retoma un discurso local que considera al patrimonio ya no como un instrumento de desarrollo urbano y turístico, sino considera que el patrimonio es también un elemento de desarrollo social, concepto enmarcado dentro de la nueva corriente del patrimonio intangible de la UNESCO, para hacer reconocer la idea de protección de un espacio donde la dimensión inmaterial y simbólica prevalece y cuya memoria y usos presentes deben protegerse de toda forma de apropiación (Cunin & Rinaudo, 2005).

En el año 1984 Cartagena de Indias fue incluida en la lista del Patrimonio Histórico de la Humanidad por la UNESCO. En el 1992 el Acuerdo No 06 de la ciudad reglamentó la conservación y el desarrollo de las construcciones del Centro Histórico, bajo el concepto de preservar las Tipologías arquitectónicas, que constituyen de acuerdo con lo expresado por los expertos restauradores, su principal fortaleza y que ha permitido en el transcurso de los últimos años recuperar el patrimonio residencial (Consejo Distrital Turístico y Cultural de Cartagena de Indias, 1992). En julio del 2001 se creó la Corporación Centro Histórico de Cartagena de Indias entre su función es desarrollar planes de gestión y de financiamiento para la conservación del centro histórico.

En el 2002 entra en vigencia la Ley 768 de 2002 (Congreso de Colombia, 2002) por lo cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los Distritos. La Ley

dispuso que “los órganos y autoridades distritales ejercieran atribuciones relacionadas con el manejo, la administración y control de los bienes que forman parte del Patrimonio histórico y cultural de la Nación localizados en su jurisdicción.

La Alcaldía de Cartagena delegó estas facultades en el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC), creada por el Consejo Distrital mediante el Acuerdo 001 del 2003. El Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC), es la entidad encargada de salvaguardar el Patrimonio del Distrito y velar por su preservación, promoción y difusión. Con el IPCC se promueve la lógica de privatizar las murallas por parte de un grupo reducido de actores que quieren beneficiarse de los recursos financieros que producen y de los procesos de exclusión de los propios habitantes de Cartagena reducidos a delincuentes que espantan a los turistas.

En la actualidad el IPCC adelanta por encargo del Ministerio de Cultura y con la asesoría de la UNESCO, la coordinación del Plan Especial de Protección-PEP, para el Centro Histórico de Cartagena. El plan está orientado a conservar la riqueza patrimonial, crear conciencia en los habitantes del sector histórico de mantener la memoria y la identidad cultural, la atractiva posibilidad de invertir en el sector y resolver los problemas que afectan la vida urbana para generar calidad de vida (Samudio, 2006). En este sentido el modelo de desarrollo turístico sostenible, establece que las acciones de intervención que se adelanten deben privilegiar la perspectiva de equidad, que busca que los beneficios, además de favorecer los intereses de los sectores turísticos e inmobiliarios, deben tener un efecto positivo sobre la población local en términos del mejoramiento de calidad de vida y ofrecer oportunidades efectivas de participación y fortalecer las capacidades de gestión social del patrimonio cultural.

Según García (2006) las actividades turísticas en los sitios patrimoniales ha resultado especialmente beneficio a los inversionistas al utilizar los soportes materiales e infraestructura preexistente que les permite invertir capitales sin riesgos y gastos mínimos, reportándole considerables utilidades. Por lo anterior se requieren nuevas actuaciones que equilibren el interés público sobre el privado y posibiliten una elevación en los niveles de bienestar para la población local.

El contacto de los turistas con la población local constituye una motivación adicional que agrega valor a la visita de los monumentos, amplía la participación de la población local en el desarrollo de la actividad y contribuye a una efectiva apropiación social del patrimonio. De acuerdo a lo establecido por Quintero y Bernal (2007) en el caso de Cartagena la mayoría de la población no tiene relación directa con el patrimonio, los bienes inmuebles se encuentran ubicados dentro de la ciudad turística que es ajena para ellos.

Por lo anterior es prioritario vincular el patrimonio como bien social a las políticas de desarrollo social sostenible y concretarlo a través de una variedad de circuitos viables que se orienten no solo a las necesidades de los turistas, sino de la población local que proporcionan elementos de identidad cultural que atraen la atención del turista.

5.3. Caso Barrio Getsemaní, Cartagena de Indias.

Getsemaní surgió como barrio entre los años 1564 y 1600, en un momento trascendental para la ciudad por ser epicentro del tráfico y el comercio de esclavos. Se encuentra ubicado en la zona norte de la ciudad en lo que hoy administrativamente se denomina la localidad histórica y del Caribe Norte. A lo largo de su historia, ha sido un barrio emblemático de Cartagena, cuna de la gesta independentista en 1811 y escenario con una historia de contrastes. Del arrabal de la colonia y barrio inseguro de la ciudad dos décadas atrás, en la actualidad se configura como un destino turístico donde confluyen variedad de culturas atraídas por el fervor que despierta su patrimonio arquitectónico y cultural

Por su ubicación espacial, el barrio era estratégico para la defensa de la ciudad de posibles invasores, pero también su configuración marginal y su hacinamiento hacían posible el intercambio y la construcción de redes de vecindad. De esta manera, más que una arquitectura de la marginalidad, esta configuración posibilita el devenir de una vida de barrio caracterizada por motivaciones y potencias ancestrales que concretarían la cosmovisión del ser caribeño; como un grupo unitario fundado en relaciones sociales y culturales de vecindad. El intercambio cotidiano, la vida en las esquinas, en las calles, son la expresión de unos habitantes que tejen en relaciones en lo público y en la resistencia (Pérez, 2013).

Romero (citado por Pérez, 2013) afirma que en Getsemaní se aprende a vivir en la esquina, en la calle, en el ocio, en el juego, el baile y las conspiraciones inútiles. En otras palabras, y retomando a este autor, la esquina es a los Getsemanisenses lo que el ágora fue para los griegos. El barrio Getsemaní convive hoy con el estigma de arrabal, pero también con un interés nacional e internacional por su patrimonio histórico y cultural. Este interés «revienta» cuando en 1984, la UNESCO declara a Cartagena de Indias como patrimonio histórico de la humanidad, con un nuevo «logo» que altera las dinámicas socio-espaciales sobre todo de su centro histórico, sometiéndolo a un proceso de regulación y otorgándole un valor simbólico y económico a la centralidad de la ciudad.

A pesar de las múltiples presiones, de intereses externos y de normas reguladoras, sus habitantes conservan y expresan sus manifestaciones tradicionales de tipo social, lúdico, oral o coreográfico y también, un sentido de vitalidad y de identidad que les posibilita luchar por permanecer y resistir. En este orden es importante reconocer que el valor de la significación de Getsemaní no radica exclusivamente en sus murallas, iglesias y construcciones

civiles de origen colonial y republicano, sino en el hecho de poseer una cultura inmaterial que no se encuentra en el resto de la ciudad histórica (Pérez, 2013; Díaz y Paniagua, 1993).

Su cultura inmaterial les ha permitido salvaguardarse ante los embates de la presión ejercida por los urbanizadores y les ha permitido una oportunidad de convivir con el mundo moderno. De este modo, han conseguido conservar el conocimiento ancestral con nuevas formas de desarrollo, buscando estrategias novedosas para no desaparecer como cultura ante los procesos de globalización. En las paredes del espacio público de Getsemaní se evidencia una extensa jornada de arte en las calles, que busca a través de los grafitis y murales, que fortalecen la creatividad y la imaginación, hacer visibles sus luchas por permanecer y resistir.

En la actualidad el auge de los extranjeros por invertir en la ciudad ha desplazado a los nativos del Centro Histórico. En el caso del barrio Getsemaní, donde apenas queda el 24% de su población local, el problema de exclusión social es más complejo debido a la situación de deterioro, marginación, pérdida de valores sociales, culturales y materiales y la falta de recursos de los propietarios para el mantenimiento de las construcciones (Arcadia, 2013; Paniagua et al; 1992) Por lo anterior, si los propietarios no pueden conservar y proteger los bienes declarados de interés cultural no les queda otra opción que acceder a la venta de sus propiedades a grandes empresas del sector turístico lo que trae como consecuencia la pérdida del patrimonio inmaterial de la ciudad.

El Instituto de Patrimonio Cultural de Cartagena-IPCC es la entidad encargada de salvaguardar el Patrimonio del Distrito y velar por su preservación, promoción y difusión, como es el caso del patrimonio de la ciudad, el emblemático Centro Histórico que lo conforman los barrios: Centro, San Diego y Getsemaní.

La valoración de las políticas de protección que se han desarrollado hasta el momento en el Distrito de Cartagena establece que no son instrumentos suficientes para el manejo integral de la problemática. La mayor parte de los propietarios de las casas del Centro Histórico (CH), en especial los del barrio Getsemaní, no pueden asumir los altos costos de la restauración porque son personas de estratos 2 y 3, y se ven obligados a vender sus propiedades a grandes empresarios que son los que pueden hacer las restauraciones tanto de fachadas como del interior de las viviendas o dejarlas que las propiedades se deterioren para venderlas por metro cuadrado. Lo anterior, trae como consecuencia la pérdida de la

tradición y la memoria cultural inmaterial que solo los raizales de estos barrios pueden mantener y conservar para las futuras generaciones.

En estos momentos hay calles de Cartagena en las que el nativo se siente extraño como es el caso del centro de la ciudad, anteriormente era un lugar residencial y una que otra casa era comercial, ahora solo se encuentran hoteles, boutique. Se ha transformado la idea de barrio residencial a una ciudad que está pensando en el comercio y no en el ciudadano del común, como portador responsable de la transmisión y gestión cultural del patrimonio de su ciudad.

6. Conclusiones

La gestión de las políticas públicas del patrimonio cultural en función del turismo demuestra avances en lo conceptual, en la promulgación de normas y políticas y el diseño de proyectos y planes dirigidos a reforzar la identidad cultural de la nación en concordancia con lo expresado en la constitución nacional de 1991, que reconoce la enorme diversidad cultural, étnica regional y local.

Sobre estas bases el sector público del nivel central ha expedido políticas de patrimonio cultural y políticas de turismo cultural que desarrollan las normas establecidas por las leyes y los convenios internacionales, dirigidas al desarrollo del turismo a través de la promoción del patrimonio cultural. Aun así, los procesos de formulación no se construyen desde las bases, han contado con una escasa o nula participación de las comunidades locales y obedecen a acciones cortoplacistas dirigidas más a resolver coyunturas gubernamentales de un sector caracterizado por una planeación turística débil.

La declaratoria de Cartagena como Patrimonio Mundial se hizo con base también en la memoria viva, y la única memoria viva se está convirtiendo en memoria turística. En este sentido constituye un deber del Estado proteger tanto los bienes como las manifestaciones de la vida barrial de Getsemaní, como elemento vivo que hace parte del patrimonio de la humanidad. Sin embargo, vemos como los intereses económicos por crear nuevas estructuras hoteleras prevalece sobre la preservación del patrimonio cultural de los cartagenos, colombianos y en general de la humanidad.

El Decreto 0977 de 2001 por medio del cual se adopta el POT establece que la administración Distrital podrá incluir en el Estatuto Tributario Distrital, incentivos consistentes en la exoneración del impuesto predial y complementario cuando se realicen obras de restauración monumental, tipológica, tipológica de fachada con adecuación interior, adecuación general o edificaciones nuevas, estableciendo el porcentaje de exoneración en cada caso.

En la práctica el IPCC se concentra en la vigilancia del patrimonio de la ciudad y en adelantar los procesos administrativos sancionatorios para las personas propietarias que no ejerzan la protección de los bienes, así como en el ofrecimiento de equipos de arquitectos asesores que acompañan los procesos de mejoramiento. Dado que muchos de los propietarios no poseen los recursos suficientes para adelantar los costosos procesos de restauración, en la mayoría de los casos se ven obligados a vender sus propiedades a grandes empresarios, que son los que pueden mantener el patrimonio de la ciudad trayendo como consecuencia la pérdida de la tradición cultural que solo los raizales de estos barrios conocen y pueden mantener.

Si bien se ha identificado como problema central el deterioro físico de los inmuebles, es necesario subrayar que la problemática mayor se centra en la pérdida progresiva e irreversible del patrimonio inmaterial por la pérdida y/o migración de la población residente y con ella, de gran parte de su identidad, como portadores de memoria que constituyen elementos claves para el desarrollo económico y urbano de las ciudades.

Lo anterior refleja que los propósitos del estado se direccionan más a la excesiva concentración del interés en la recuperación del patrimonio físico que el inmaterial. Esto produce un desequilibrio en la intervención integral que se presenta en la estructura urbana de los 44 Centros Históricos hasta ahora intervenido en Colombia donde se constata el incremento del valor inmobiliario y las licencias de construcción (DNP-CONPES, 2010). Sin embargo, este relativo logro representa altos costos, pérdida y/o exclusión de la población residente y con ella gran parte de su identidad cultural.

Los resultados preliminares obtenidos van a contribuir a llamar la atención acerca de la necesidad prioritaria de reasignar mayores esfuerzos para la conservación, recuperación, protección, sostenibilidad y divulgación del patrimonio cultural inmaterial en el tiempo, mediante la implementación de Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP). La formulación de los PEMP dirigidos a la planeación y gestión de los centros históricos involucran metodologías participativas basadas en la construcción de un acuerdo social y administrativo. Sin embargo, en la realidad estos planes son realizados por arquitectos expertos en espacios limitados de diálogo cultural donde poco se fomenta la participación de la comunidad. En este sentido el Ministerio de Cultura debería garantizar herramientas más contundentes para la protección de la vida barrial y la permanencia de los habitantes locales y tomar en serio estos códigos culturales, estas maneras de habitar y las identidades de la gente que vive allí.

Por lo anterior los PEMP para el caso de los bienes y los Planes Especiales de Salvaguardia-PES, que hacen referencia a las manifestaciones, deberían dar herramientas más

contendientes para la protección de la vida barrial y la permanencia de los habitantes locales, y no lo están haciendo. Si bien es difícil regular el mercado el Estado debe proponer herramientas de regulación del precio del suelo. Puede congelarlo por cierto tiempo para evitar la especulación, dar créditos blandos a quienes se quieren quedar y quieren cuidar y arreglar su casa (Arcadia, 2013).

Actualmente el Ministerio de Cultura desarrolla un proyecto “Memorias de Libertad” que se inició en el 2009, en el marco del Bicentenario, con el objeto de la recuperación, recreación y difusión de expresiones de cultura inmaterial relacionadas con procesos históricos de defensa y conquista de derechos sociales y políticos. Esta investigación apoyada en herramientas audiovisuales, permitió a las comunidades, contar y recrear sus historias e hilar sus imágenes para construir otras memorias desde otras voces.

Al culminar en el año 2012 el proyecto “Memorias de la Libertad del Ministerio de Cultura desarrollado en el barrio Getsemaní, vale la pena resaltar las apreciaciones de su director el antropólogo Patrick Morales:

En el caso de Getsemaní su población, descendiente de esclavos, con una influencia sirio-libanesa y judía posterior, tiene un arraigo muy fuerte con su territorio y con el puerto; un cambio implica una sacudida brutal en su identidad por tener lazos sociales muy sutiles que los distingue y los caracteriza identitariamente.

En Getsemaní hay una comunidad que está peleando para quedarse; que se autodenomina raizal, que tiene un arraigo muy fuerte y quiere visibilizar ante el país el problema de la exclusión de centros históricos. La gente de Getsemaní tenía una profunda relación con el puerto, y hoy su acceso tradicional le fue vedado ilegalmente, cerrado por el Centro de Convenciones. Getsemaní fue uno de los centros de la gesta independentista y es muy interesante cómo muchas iniciativas turísticas buscan visibilizar esos antiguos héroes de la Independencia, pero no toman en cuenta a sus descendientes.

Tomando como antecedentes de lo que ha sido el proceso de construcción de la Cartagena Turística, de no tomarse las medidas conducentes por los organismos competentes, los habitantes nativos del barrio Getsemaní terminarían aislados, excluidos y marginados de la ciudad que les pertenece, confirmándose que la exclusión social ha estado inmersa en el desarrollo de la Cartagena Turística.

Los eventos de exclusión social y segregación urbana al parecer no son exclusivos del presente, sino que provienen del momento mismo en que se inició la construcción de la Cartagena turística. De Ávila (2011), nos ilustra en detalle del caso de la erradicación del barrio Chambacú ocurrido en el año de 1971, hace más de 40 años. Este es el ejemplo más notorio de la relación existente entre la conformación de la ciudad al servicio del turismo y de la generación de patrones de exclusión social. Actualmente en los terrenos vírgenes del antiguo barrio se avanza en la construcción del Centro Internacional Gran Veleró. En la otra cara la realidad, lejos del centro, los Chambaculeros y sus descendientes siguen habitando los extramuros de los 5 puntos barriales de la ciudad donde fueron localizados y siguen luchando contra los flagelos que, ni el traslado, ni el paso de los años lograron deshacer y actualmente son escenarios históricos de la delincuencia juvenil organizada.

Según Pérez (2013) Getsemaní afronta hoy más que nunca una tensión entre lo visible y lo invisible, entre lo que se sabe y lo que se sospecha; convive en una tensión entre sus tradiciones ancestrales y los trazos globales que irrumpen y anuncian cierto desconcierto en su devenir histórico a muchos de sus pobladores. Sus habitantes viven el barrio, lo caminan, lo trabajan, lo han visto nacer, lo festejan, lo desbordan y lo trasgreden, pero sobre todo lo siguen habitando, y ello es la expresión de una lucha permanente, de seguirse resistiendo a las transformaciones socio-espaciales que en los últimos años se han venido instaurando y que afectan significativamente su vida cotidiana.

Finalmente se podría afirmar que si bien el turismo constituye una alternativa para actuar como agente en la preservación del patrimonio cultural construido, deben observarse sus limitaciones para favorecer a la población residente. En ese sentido se debe revisar tal vez que la intervención para la conservación del patrimonio cultural construido en su entorno no solo sea estética, sino examinar aspectos relativos a las manifestaciones que permitan su preservación integral tanto de orden económica como sostenible.

Las experiencias vividas en el caso de estudio y su análisis dentro del marco de la relación entre la política de turismo cultural y la ley 1185 del patrimonio cultural parece evidenciar la necesidad de actualizar o hacer una nueva política de turismo cultural que incluya más lo local, que garantice la responsabilidad y una buena gestión donde las poblaciones receptoras de proceso tengan algo que decir. Pero no puede recaer todo el peso sobre las comunidades implicadas, también requiere de la intervención tanto de las autoridades locales como del propio Ministerio de Cultura. Estas comunidades sienten que las leyes no las hicieron con ellos; que hay muchas leyes y muy poca implementación y falta unión entre los sectores que contribuya al fortalecimiento de la capacidad social de gestión del patrimonio cultural inmaterial para garantizar su salvaguardia y fomento, condición necesaria para el desarrollo y el bienestar colectivos.

7. Referencias bibliográficas

Alcaldía Cartagena de Indias, 2001, Decreto No 0977 de 2001 por medio del cual se adopta el Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias. Cartagena D.T y C.

Aldana, Martha y Paeres, Ana. et. al, (2011) Tendencias Actuales del Sector turístico y su relación con la oferta educativa en la educación superior. En: Documentos base para el registro calificado y la acreditación, Fundación Universidad Los Libertadores

Consejo Distrital Turístico y Cultural de Cartagena de Indias, 1992. Acuerdo No 06 de 1992. Cartagena de Indias D.T y C.

Cunin, E. & Rinaudo, C. 2005. Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Publicas. Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología esde el Caribe, primer semestre. Vol.2, No. 002.

De Avila Pertus, Orlando, 2011. Políticas urbanas Turismo y Exclusión Social en Cratagena, Durante la segunda mitad del siglo XXI. Universidad de Cartagena. En: Colombia. 2010. Evento: XXXIII Encuentro RNIU: Independencia, Democracia y Procesos Urbanos. Ponencia: Libros:.,p.-,v.fasc.

Díaz de Paniagua, R y Paniagua, R. 1992. Bienestar Social y Patrimonio Cultural: Una propuesta del desarrollo social en un barrio del sector histórico de Cartagena. Investigación y Desarrollo, Universidad del Norte, 2:128 – 139.

Díaz de Paniagua, Rosa y Raúl Paniagua. 1993. *Getsemani, historia, patrimonio y bienestar social en Cartagena*. Cartagena: Colección Barrio-ciudad No 1.

DNP, 2009. Visión Colombia II Centenario: 2019. Resumen ejecutivo. Recuperadode https://www.dnp.gov.co/Portals/0/.../2019/Libro.../resumen_ejecutivo.

DNP-Ministerio de Cultura, 2002. Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 “hacia una ciudadanía democrática cultural”. Bogotá D.C., 32p.

DNP-CONPES, 2010. Documento CONPES 3658: Lineamientos de Políticas para la Recuperación de los Centros Históricos de Colombia. Bogotá D.C 42.p.

El Planeta, (29 de junio de 2005). Se Cae el Patrimonio Cultural de la Humanidad. Recu-

perado de <http://www.elplaneta.co/autor/redacci%C3%B3n-elplanetaco>

García, R. 2006. Patrimonio ¿Resignificación cultural o económica? Recuperado http://www.rafaellopezrangel.com/.../turismo_y_patrimonio

Giraldo, C y Zapata, S. 2010. Política Turística del Departamento de Antioquía. TU-RyDES. Vol 3, No. 8.

ICOMOS, 1999. Carta internacional sobre turismo cultural: La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo. Recuperado de <http://www.icomos.org/tourism/tourism-sp/>

Ministerio de Cultura de Colombia, 2000. Plan Nacional de Cultura 2001-2010: “Hacia una ciudadanía democrática cultural”. Bogotá. Recuperado <http://www.mincultura.gov.co>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura. 2007. Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Bogotá D.C.

Ministerio de Cultura, 2010. Patrimonio cultural para todos. Una guía de fácil comprensión. Bogotá D.C., 87p.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011. “*Turismo: factor de prosperidad para Colombia*” 2011-2014. Bogotá D.C.

Montecinos, E. 2007. Límites del enfoque de las políticas públicas para definir un problema público. Cuad. .Adm. Bogotá (Colombia) 20(33):323-335.

Nelson, B. (2001). Políticas públicas y administración: una visión general. En R. Goodin y H. Klingemann (Eds.), Nuevo manual de ciencias políticas (pp. 795-859). Madrid: Istmo.

OMT (1994): *Consecuencias del AGCS para el turismo*. Actas de conferencias y seminarios de la OMT, Milán.

Pérez Alvares Alexánder, 2013. *Ese barrio vale plata... ¡¡pero no está a la venta!!* Imaginarios urbanos en el barrio Getsemaní en Cartagena de Indias. Universidad de Cartagena. Colombia.

Quintero, P. & Bernal, C. 2007. Diversificación y cultura: Que ofrece y como se promociona Cartagena de Indias (Colombia). Turismo y Sociedad, Vol. VIII, pp. 106-126, Colombia.

Revista Arcadia, (2013, 19, 02). La Gentrificación en Cartagena. Recuperado <http://>

www.revistaarcadia.com/impres/a/antropologia/articulo/el-desalajoneoliberal/31176

Saavedra Guzmán, R. et al. (2001). Planificación del Desarrollo. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 312 p.

Salazar Vargas, C. 2011. Políticas Públicas. Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla México, 253p.

Samudio, A. 2006. Cartagena 21 años después de ser Declarada Patrimonio Mundial. MEMORIAS. Revista digital de Historia y Arqueología desde el Caribe. Vol. 3.No. 6.

UNESCO, 2003. Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/.../132540s>

Velasco González, M. 2005. ¿Existe una política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). Política y Sociedad. Vol. 42 (1): 169-195.

Turismo Industrial e Itinerarios Culturales: Nuevos desafíos para la puesta en valor del patrimonio industrial en Chile. El caso de El Salvador, La Última Ciudad del Cobre.

Pia Acevedo Méndez.¹

Carlos Rojas Saneristoful.²

Resumen:

El presente trabajo es en parte tributario del proyecto Fondart Regional “Habitando la Última Ciudad del Cobre. Registro del Patrimonio Inmaterial de El Salvador” y propone el desarrollo de un Itinerario Cultural que articule la red extractiva en la que se inserta la ciudad de El Salvador; último de los asentamientos mineros cupríferos derivados del modelo “Company Towns” que aún se encuentra habitado en Chile. Se desarrolla desde la perspectiva de la construcción social del patrimonio y con énfasis en la inmaterialidad que le da sentido a los restos industriales. En esa lógica la conceptualización de Itinerario Cultural y su potencialidad como recurso del Turismo Cultural son concebidas como instancias que fortalecen la gestión y puesta en valor de este patrimonio.

Palabras Clave: Turismo Industrial, Patrimonio Industrial, Itinerarios Culturales, El Salvador, Puesta en Valor.

1 Licenciada en Historia. Tesista de Magíster en Gestión Cultural, U. de Chile. Correo: pia.acevedo@gmail.com

2 Licenciado en Historia y Profesor de Historia y Cs. Sociales. Correo: carlos.rojas.san@gmail.com

1.- Presentación

En Chile el turismo se ha transformado en el 4° sector exportador y representa el 5% de los ingresos, situándose por sobre la industria vitivinícola, forestal y salmonera (Subsecretaría de Turismo, 2012), lo que da cuenta de las oportunidades de desarrollo que brinda el sector y la necesidad de instalar los cruces y reflexiones necesarias entre el campo de los estudios patrimoniales y los estudios turísticos.

En efecto, además de los reconocidos atractivos naturales, nuestro país posee cinco declaraciones de Patrimonio de la Humanidad: Parque Nacional Rapa Nui, Iglesias de Chiloé, Campamento Sewell, Área histórica de la Ciudad- Puerto Valparaíso y las Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura. No es parte del azar que dos de cinco declaratorias estén directamente relacionadas a lo industrial, toda vez que los países latinoamericanos, y Chile particularmente, se incorporan al capitalismo global con una fuerte inversión de capitales británicos en la explotación del salitre durante el siglo XIX y de capitales norteamericanos en la explotación cuprífera en la primera mitad del siglo XX.

Para la explotación del cobre se utilizó el modelo de “company towns”, asentamientos instalados por las empresas para la concentración de actividades productivas y habitacionales, de tal manera de maximizar la eficiencia en la producción y dotar de autosuficiencia al complejo industrial-habitacional. Esto dio por resultado una determinada manera de transformar y apropiarse del territorio que no sólo se manifiesta en Sewell (1906), sino que también en Chuquicamata (1915- 2003), Potrerillos (1920- 1997) y El Salvador (1959).

2.- El Salvador, La Última Ciudad del Cobre. Un caso de Patrimonio Industrial en Chile.

El patrimonio industrial, como tipología, tiene sus orígenes en la disciplina denominada Arqueología Industrial que se desarrolló originalmente en Gran Bretaña desde los años 1960 en adelante y que se ocupó de todos aquellos vestigios que, abandonados, en peligro de desaparición o en uso y funcionamiento, se relacionaran con la actividad industrial, haciéndose cargo de una heterogeneidad de elementos, tales como documentos, artefactos, asentamientos humanos, terrenos naturales y urbanos creados por procesos industriales. En términos generales, la arqueología industrial “trabaja con vestigios que daten desde mediados del siglo XVIII en adelante, siendo su centro de atención las etapas históricas del capitalismo industrial” (Álvarez, 2010)

El patrimonio industrial, por su parte, comenzó a vislumbrar las áreas industriales como un conjunto, con una visión integral del espacio productivo y valorando, además, las relaciones que surgieron producto de las interacciones al interior de ellos. Álvarez (2010) entiende el

patrimonio industrial como “el conjunto de elementos de explotación industrial, generado por las actividades económicas de cada sociedad que responde a un determinado proceso de producción y a un sistema tecnológico concreto caracterizado por la mecanización dentro de un determinado sistema socioeconómico.” Sin embargo, resulta interesante relevar que para el autor este patrimonio no se agota en la dimensión material – arqueológica sino que también se articula fuertemente en la dimensión de lo inmaterial e identitario de una comunidad que le otorga sentido a esa materialidad y que como tal siempre se encontrará abierto a las transformaciones. Por eso agrega a su definición una ventana a lo inmaterial, toda vez que el patrimonio industrial es “un testimonio de lo cotidiano y la *memoria* del trabajo y del lugar (...) Sin hombres, los edificios y las máquinas resultarían vacíos de contenido” (Álvarez, 2010)

A nivel institucional se han generado diversos documentos orientados a plasmar los principales lineamientos de resguardo y puesta en valor del Patrimonio Industrial que utilizará el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). Entre estos documentos la Carta de Nizhy Tagil sobre el Patrimonio Industrial (2003) señala que “el patrimonio [industrial] está constituido por los restos de la cultura industrial que poseen valor histórico, tecnológico, social, arquitectónico o científico, ya sean edificios o maquinaria, molinos y fábricas, minas y sitios para procesar y refinar, almacenes y depósitos, lugares donde se genera, se transmite y se usa energía, los servicios funcionales en los procesos sociales y productivos así como los sitios donde se desarrollan las actividades sociales relacionadas con la industria, la vivienda, el culto religioso o la educación.

De acuerdo a esto, el patrimonio industrial se constituye como una categoría integral, en que la comprensión y valoración de un conjunto industrial desde su materialidad no excluye las experiencias colectivas, sino que lo toma como testimonio que permite develar el sentido de la existencia de estos lugares que de manera recíproca dotan de insumos identitarios a los grupos sociales.

La adjudicación del FONDART Regional “Habitando la Última Ciudad del Cobre. Registro del Patrimonio Inmaterial de El Salvador” el año 2013 nos permitió identificar los valores de carácter histórico, arquitectónico, de conjunto, territorial, iconográfico, de conservación, de uso y didáctico de este campamento minero fundado en 1959 en el norte del país mediante la realización de historias de vida y testimonios de antiguos habitantes. El Salvador es el último de los asentamientos cupríferos del modelo “Company Town” que aún se encuentra poblado y que se articuló -en su momento- con una red de ciudades instaladas para la extracción a lo largo del país.

Las entrevistas permitieron identificar algunos componentes constitutivos de la identidad de los habitantes de este campamento que son medulares desde una óptica que considere

una perspectiva integral y de una construcción social del patrimonio: *el urbano, el laboral y el interregional*. Esta última manifiesta una vinculación con el patrimonio cuprífero de la región de Atacama, ya que los testimonios de los trabajadores permiten comprender la región y sus espacios productivos desde una perspectiva de conjuntos industriales integrados de manera horizontal, de mar a cordillera y de cordillera a mar.

Entendemos El Salvador y los demás espacios industriales vinculados a la extracción del cobre en la región de Atacama más allá de la existencia de estructuras materiales en desuso, es decir como un territorio sociocultural cargado de significaciones simbólicas, pues al decir de Homobono (2008) “la mina y la fábrica no son únicamente edificios ni artilugios técnicos, sino lugares en los que se manifiestan las relaciones sociales de producción, y en torno a los que se articulan los espacios de reproducción sociocultural”.

3.- Turismo Cultural Industrial: posibilidades de articulación de un Itinerario Cultural en torno al Cobre.

El Salvador, por sí mismo, posee características excepcionales que lo posicionan como un espacio de valor patrimonial que nutre de identidad a los sujetos que lo habitan y han habitado a lo largo del tiempo. Sin embargo, como enclave productivo se inserta y, a la vez, articula una serie de hitos industriales a lo largo del territorio de la tercera región que podrían constituir un Itinerario Cultural.

Existen diversas categorías de protección patrimonial que intentan resguardar vastos territorios en los que se hayan desarrollado importantes avances materiales, como también relaciones sociales y culturales. Tenemos desde UNESCO e ICOMOS las categorías de Paisaje Cultural (1992) e Itinerario Cultural (2005), las que pretenden valorar las herencias materiales e inmateriales de los sujetos que hayan interactuado en algún territorio. Los paisajes culturales son “obras combinadas de la naturaleza y el hombre. Son ilustrativas de la evolución de la sociedad y asentamientos humanos a través del tiempo, bajo la influencia de las restricciones físicas y/o las oportunidades que brindaba su entorno natural y las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto internas como externas.” (ICOMOS, 1992)

Por su parte, los Itinerarios Culturales, son definidos como “toda vía de comunicación terrestre, acuática, mixta o de otro tipo, físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica que reúna las siguientes condiciones: ser el resultado y reflejo de movimientos interactivos de personas, así como de intercambios multidimensionales, continuos y recíprocos de bienes, ideas, conocimientos y valores entre pueblos, países o continentes, a lo largo de considerables periodos

de tiempo; haber generado una fecundación múltiple y recíproca en el espacio y en el tiempo, de las culturas afectadas que se manifiesta tanto en su patrimonio tangible como intangible”. (ICOMOS, 2005)

Para la comprensión de ambas categorías la relación entre el hombre y el entorno resulta crucial, sin embargo en el caso de itinerario cultural, existen requisitos que se basan en su configuración espacial y social y que difieren de lo manifestado por la categoría de paisaje cultural, ya que el itinerario enfatiza en la unión de espacios a través de redes o caminos que le den un valor de conjunto a un territorio determinado, independiente de su extensión y distancia. De esta forma los itinerarios deben reunir las siguientes condiciones:

- a) Ser resultado y reflejo de movimientos interactivos de personas, así como de intercambios multidimensionales continuos y recíprocos de bienes, ideas y conocimientos y valores entre pueblos, países, regiones o continentes a lo largo de considerables períodos de tiempo;
- b) Haber generado fecundación múltiple y recíproca en el espacio y en el tiempo de las culturas afectadas que se manifiesten tanto en su patrimonio tangible como intangible;
- c) Haber integrado en un sistema dinámico las relaciones históricas y los bienes culturales asociados a su existencia.

Por lo tanto, el itinerario cultural debe haber sido un camino o una red vial física y concreta que haya sido utilizada durante largo tiempo para un fin determinado y que además se haya producido en él un intercambio cultural que haya producido resultados patrimoniales tangibles e intangibles. Un itinerario cultural no fue creado en sus inicios con un fin cultural, ni menos para relacionar esa vía con una creación intelectual, ya que el objetivo de la categoría de itinerario cultural es respetar el uso que tuvo esa vía, impidiendo tergiversaciones o reinterpretaciones alejadas de su realidad inicial.

Los itinerarios culturales no son sólo caminos, vías o rutas, estos son “singulares fenómenos históricos que no pueden crearse con la imaginación y la voluntad de establecer conjuntos asociativos de bienes culturales que posean rasgos comunes” (ICOMOS, 2008).

Si bien ambas categorías, paisaje cultural e Itinerario cultural, pretenden resguardar territorios en los cuales no sólo se destaque su valor paisajístico y arquitectónico, sino también su valor social e inmaterial existen diferencias entre ambas que merecen ser destacadas para evitar confusiones metodológicas y, por el contrario, establecer complementariedad entre ambas.

Autoras como Cecilia Martínez (2010) manifiestan que entre paisaje cultural e itinerario cultural existe una diferencia clara y que tiene que ver con la movilidad que posee esta se-

gunda categoría, al estar vinculada directamente a un camino o una vía que une diferentes espacios, tanto de ida como de vuelta, y el paisaje, por su parte, obedece a un criterio más estático y restringido, al margen de su carácter evolutivo. Así, el itinerario tiene la capacidad en su extensión y potencialidad de abarcar numerosos y diversos paisajes culturales, ya que es dinámico y se basa en un contexto geográfico general vasto y extenso, situación que no se manifiesta en los paisajes culturales debido a que estos poseen menor potencialidad geográfica. El itinerario cultural, a medida que avanza en su red, tiene la capacidad de ir descubriendo y uniendo a su recorrido una serie de paisajes culturales, situación que a la inversa no es posible.

Desde otro ángulo autores como Alberto Martorell (2009), indican que un paisaje cultural habla de un medio natural en el que el hombre ha desarrollado una obra con el objetivo de incidir en su morfología con diversas finalidades prácticas como hacer el suelo más productivo, adecuar el medio a la vida humana, embellecerlo, etc. El itinerario cultural, en cambio, es el resultado básicamente de una obra humana cuya esencia es la comunicación entre espacios, el traslado de hombres y bienes, cono todo lo que ello implica. Cuando el ser humano traza un itinerario cultural no lo hace con la intención manifiesta de incidir en el medio ambiente, más que en aquello que le permita atravesarlo para llegar al destino deseado que puede estar muy distante de su punto de partida. En medio de ese recorrido se pueden haber establecido espacios de aprovisionamiento e incluso núcleos urbanos de gran envergadura.

La zona en que se fundó El Salvador en la denominada Cordillera de Domeyko el año 1959 es una zona de vasta tradición extractiva de minerales. Sin embargo la explotación intensiva del territorio fue desarrollada por los estadounidenses en las primeras décadas del siglo XX mediante la Andes Copper Mining Company y la fundación de Potrerillos en 1920.

“La empresa Andes Copper Mining abordó la colonización industrial de un territorio como el pie de monte de la cordillera de Domeyko, en la zona sur del desierto de Atacama, desprovisto de toda urbanización. Esta situación obligó a la empresa a edificar importantes instalaciones de agua industrial y doméstica, un puerto industrial y un ferrocarril (1919) para conectar Potrerillos con Pueblo Hundido (hoy Diego de Almagro), con un trazado de 90 kilómetros. Las vías férreas empalmaron con la red norte de Ferrocarriles del Estado para llegar hasta Chañaral, donde un ramal de cinco kilómetros accede al puerto de Barquito, construido para el embarque de la producción cuprífera. En la misma localidad se levantó una central termoeléctrica, a fines de los años 20, utilizada para abastecer las necesidades de la industria y la población de Potrerillos, ampliada en 1925 y 1926” (Garcés, 2009)

Figura 2



Fuente: <http://www.geovirtual.cl/Museovirtual/tur190.htm>

La figura 3 nos permite visualizar al costado de Potrerillos otro espacio habitado pretéritamente y conectado por el tren cuya función era abastecer de electricidad: Montandón.

Figura 3



Fuente: <http://www.geovirtual.cl/Museovirtual/FFCC/tur190%20plano%20esq%2001.htm>

La articulación de este Itinerario Cultural industrial del cual es parte El Salvador y es afirmado por los testimonios del proyecto, quedaría compuesto de Cordillera a Mar de la siguiente manera: La Ola, Montandón, Potrerillos, Mina, El Salvador, Llanta, Diego de Almagro y Puerto Barquito.

En el propósito de resguardar y poner en valor este patrimonio industrial de ribete regional entendemos que el turismo cultural juega un rol fundamental, toda vez que este turismo “implica organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para llevar a cabo actividades que permiten experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras gentes, y como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, entorno físico, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural” (ICOMOS, 1999).

En este sentido, el Turismo Cultural de carácter industrial se transforma en una fuerza positiva para la conservación, en una oportunidad binaria de desarrollo local y de aporte al resguardo y puesta en valor del itinerario cultural, ofreciendo incluso la oportunidad de “regenerar el patrimonio industrial que, de otro modo, terminará siendo abandonado y objeto de un deterioro progresivo hasta su completa desaparición” (Cueto, 2009)

4.- Conclusión

En América Latina se encuentran declarados o en proceso de declaración una cantidad importante de caminos que, producto de su devenir cultural e histórico, se enmarcan dentro de la categoría de Itinerario Cultural. Si bien la mayoría de estos comprenden vastos territorios en los que existen una red delimitada y funcional, no encontramos en ninguna de ellas un componente netamente industrial que haya sido deliberadamente protegido, sino que la mayor cantidad de estos se vinculan a la religiosidad, a los traslados prehispánicos desde la metrópoli a América, o bien a rutas desarrolladas en la época de conquista y colonia en zonas de América Latina.¹ En este marco, pensar en el desarrollo de un itinerario cultural que pueda denominarse “Camino del Cobre” permite poner en valor la riqueza y las dinámicas intangibles que la actividad cuprífera ha gatillado en el inconsciente colectivo de miles de trabajadores y sujetos de carne y hueso.

¹ El Qhapaq Ñan o Camino Principal Andino, El Tapé Avirú o Caminos Guaraníes, Camino Real Intercontinental, Camino Real Misionero de las Californias, Camino Real de Tierra Adentro, Camino Rea de los Tejas, Camino Real Chiapas Guatemala, Camino Real de Panamá, Camino de los Españoles, Camino de la Estancias, Ruta del Esclavo, entre otros.

Bibliografía:

ICOMOS (1992), Carta Internacional sobre Paisajes Culturales

ICOMOS (1999), Carta Internacional sobre Turismo Cultural

ICOMOS (2008), Carta Internacional sobre Itinerarios Culturales

Álvarez Miguel Ángel (2010) “Patrimonio Industrial, Paisaje y Desarrollo Territorial” AREAS, Revista Internacional de Ciencias Sociales N° 29 (pp 21-29), España.

Cueto Alonso, Gerardo. (2009) “Reutilización turística del patrimonio minero de Cantabria” En: Cuadernos de Turismo, n° 23, pp. 69-87.

Garces, Eugenio (2009) “Potrerillos, Paipote y El Salvador: Ciudades del cobre en Atacama” En: Chile minero: Enami en la historia de la pequeña y mediana minería chilena. Ocho Libros.

Homobono, José Ignacio (2008) *Del patrimonio cultural al industrial. Una mirada socioantropológica*. Inx: Patrimonios culturales: Educación e interpretación. Cruzando límites y produciendo alternativas. XI Congreso de Antropología: retos teóricos y nuevas prácticas = XI. Antropologia Kongresua: erronka teorikoak eta praktika berriak (12). Ankulegi Antropologia Elkarte, pp. 57-74.

Martínez, Celia (2010). Los itinerarios culturales: caracterización y desafíos de una nueva categoría del patrimonio cultural mundial. En: Apuntes 23 (2): 194 - 209

Martorell, Alberto (2009) “Paisajes e itinerarios culturales: conceptos independientes que enriquecen la teoría y la práctica de la conservación cultural”

Dos experiencias en materia de turismo patrimonial: Molinos de agua en Murcia (España) y Molinos de agua en territorio chileno.¹

Mg. José Bravo²

Dr. Antonio Sahady³

Mg. Carolina Quilodrán⁴

Dr. Pablo Szmulewicz. Instituto de Turismo⁵

Resumen

La creciente y diferenciada demanda que ha tenido en las últimas décadas el sector turístico ha motivado la creación de nuevas variantes, sostenidas sobre el reconocimiento de los bienes patrimoniales. Entre esas variantes aparece el turismo alternativo, que fija su atención en aquellos bienes aún poco valorados. Los molinos de agua, enclavados en el paisaje campesino, son potenciales motivos de inclusión en este tipo de turismo.

Los molinos chilenos, dispersos en localidades distantes entre sí, merecen una atención especial, por cuanto representan un recurso de hondo significado cultural. El modelo de gestión puede encontrarse en España, donde estos artefactos han alcanzado prestigio y admiración. En Chile, mientras tanto, hace falta recorrer un camino largo antes de que estos bienes formen parte de los planes oficiales de salvaguardia patrimonial.

Palabras Claves: Turismo patrimonial, Molino de agua, Cultura hidráulica, Patrimonio rural.

1. Marco Teórico

Aun cuando originalmente no estuvo en la mente de los artesanos que les dieron forma

1 Esta ponencia es resultado del Proyecto FAU “**Molinos de Agua en Chiloé: una expresión vernácula de patrimonio hidráulico en aras de una economía rural sustentable**”. N° 1A / 12010801-9102007. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile. 2013–2014.

2 Instituto de Historia y Patrimonio. Universidad de Chile. mbravo@uchilefau.cl

3 Instituto de Historia y Patrimonio. Universidad de Chile. asahady@uchilefau.cl.

4 Instituto de Historia y Patrimonio. Universidad de Chile. cquilodran@uchilefau.cl

5 Universidad Austral de Chile. pszmulew@uach.cl

y vida, los molinos de agua se han convertido en un producto patrimonial y, consiguientemente, en motivo de interés para la industria turística. Pero nunca al punto de que se les considere como parte de una ruta turística o como objeto de culto y admiración. Al respecto, bien vale la pena, antes de entrar en el tema específico, detenerse un poco en lo que implica el turismo como fenómeno social y cómo se manifiesta en prácticas de diferente naturaleza.

Cuando el turismo despuntaba como actividad cultural se circunscribía a un limitado universo de bienes patrimoniales que, a su vez, eran admirados y disfrutados por un número pequeño de visitantes, la mayor parte de un nivel socioeconómico medio o alto y con una sólida educación, con conciencia medioambiental y capacidad para apreciar las creaciones humanas (OMT, 1993).

Se ha comprobado que los bienes patrimoniales son demandados cada vez con mayor intensidad. En consecuencia, el número de turistas se incrementa progresivamente.

La esperanza es que, dentro del patrimonio hidráulico ya reconocido, los molinos de agua se ganen, también, un lugar de privilegio, en tanto la sociedad identifique en ellos los valores inmateriales y simbólicos que desbordan su mera calidad de objeto. Es importante, por cierto, que se les considere merecedores de una especial protección, no sólo relacionada con su conservación, sino también con el destino que se les pueda proponer (Harrison, 1994; Prats, 1998; Ballart y Juan-Tresseras, 2001, Hernández, 2002).

Para los bienes culturales —los molinos de agua son parte de esos bienes— el turismo puede ser un fenómeno beneficioso. O puede ser, si se quiere, un grave problema. Una u otra opción dependerá de la forma cómo se aborde la gestión. (Peñalver, 2002)

Llegados a este punto, la gestión turística del patrimonio cultural podría definirse como la aplicación de conocimientos específicos tendientes a la conversión de los bienes en recursos turísticos. Esos conocimientos pueden provenir de disciplinas vinculadas a campos tan diversos como la gestión (dirección de empresas, gestión financiera o gestión de recursos humanos) o bien de otras disciplinas creadas para reforzar el turismo (gestión de destinos, planificación turística, gestión de organizaciones turísticas o, simplemente, promoción turística). (Pérez, 2006)

Sin embargo, por encima de la aplicación de conocimientos técnico-científicos o de metodologías concretas, la gestión turística del patrimonio cultural —al igual que la gestión del patrimonio cultural en general— tiene un objetivo primordial: preservar la herencia que los bienes representan. Una vez que esto se ha garantizado, es posible relacionar el

bien con un contexto social y económico más amplio.

Por lo demás, turismo y gestión del patrimonio cultural son ámbitos de actividad estructurados por marcos conceptuales distintos y con no poca frecuencia quienes participan de uno u otro ámbito se sostienen en valores y creencias muy diferentes. (Ballart y Tresseras, 2001)

Las fronteras entre el turismo y el patrimonio cultural se han ido desdibujando progresivamente. Una serie de factores que se entrecruzan contribuyen a agudizar este fenómeno. De acuerdo con lo que expone Nácher (1997), existe una categoría de turistas que se distingue como *alternativos*. Y entre ellos, a su vez, se reconoce dos sub categorías: los turistas *alternativos generalistas* y los *alternativos especializados*. Los primeros se definen como aquellos que aprecian poco o nada el auténtico valor de lo que contemplan; los segundos, en cambio, disfrutan de los bienes en la medida de que disponen de un buen caudal de conocimientos para valorarlos.

Ripoll agrega algunos matices: sostiene que el *turismo alternativo* va más allá de las simples vacaciones estivales y se inserta en una oferta turística complementaria, destinada a un visitante que busca atractivos nuevos, de preferencia vinculados con la naturaleza. Dentro del gran abanico de posibilidades que ofrece el *turismo alternativo* tienen perfecta cabida los molinos de agua y todo cuanto se identifica con el patrimonio hidráulico. Es posible que se incluyan, por ejemplo, en circuitos de agroturismo, de turismo rural, de ecoturismo, de turismo aventura o de turismo patrimonial.

La creación -o la revalorización- de ciertos productos patrimoniales ha obligado a redescubrir recursos susceptibles de incorporar a la oferta turística. La tarea no está exenta de dificultades (Millán, 2001). Téngase en cuenta, en primer término, el estado de conservación del patrimonio, casi siempre -por desgracia-, en condición de abandono, lejos de convertirse en un producto atractivo en términos de imagen.

No cabe duda de que el patrimonio puede constituir uno de los ejes sobre los que se articula la oferta turística. Se ha producido, espontáneamente, el despertar de las administraciones comunitarias, tanto locales como regionales, liderando iniciativas que tienden a explotar los espacios tradicionalmente turísticos, aprovechando la geografía y los enclaves que se han ido consolidando según la preferencia popular.

Un trabajo de Peñalver (1998) descubre una estrecha relación entre el turismo alternativo y la restauración y reutilización de unos cuantos molinos de agua en la Región de Murcia. Afirma que sus estructuras han servido de base para un incipiente turismo rural, hacia el interior de su territorio, complementando la ya consolidada y prestigiosa actividad turística de mar y

playa con que Murcia es reconocida tanto en el territorio español como en el resto de Europa.

2. Objetivos

-Examinar las experiencias sobre gestión turística en Chile, a partir del reconocimiento de los molinos de agua en zonas rurales, tanto en su dimensión tangible como intangible.

-Analizar el impacto de los molinos de agua en el ámbito del turismo patrimonial, en la región de Murcia.

-Comparar la experiencia chilena y la murciana en materia de gestión turística, constatando semejanzas y diferencias de ambas realidades.

3. Metodología

El objeto de estudio es escasamente conocido. Ni siquiera están registrados todos los casos que merecen integrar la nómina del inventario básico. Eso explica que, en una primera instancia, se aplique una metodología exploratoria, que alterna trabajo de gabinete y experiencia en terreno, esta última estrechamente vinculada con la comunidad. Se trata de completar y actualizar el catastro que consigna los molinos de las diferentes regiones de Chile. En la etapa de análisis se asocia a aquellos que existen en la región de Murcia (España). En una siguiente etapa, los molinos de agua españoles se parangonan con los molinos de las diferentes regiones de Chile. Con ello se busca destacar los aspectos geográficos y turísticos de cada una de las dos zonas estudiadas, sin descuidar la situación legal vigente y el papel de las diversas instituciones y organizaciones preocupadas de este tipo de patrimonio. El capítulo siguiente -el trabajo en terreno- busca verificar y evaluar el estado de conservación de estos artilugios hidráulicos. Se examina, asimismo, la condición de las vías de comunicación -física y virtual-, de los servicios asociados a la actividad turística. Se incluyen, también, en el análisis, los *centros de interpretación* europeos, en el ánimo de mejorar las actuales propuestas turísticas de molinos de agua en Chile.

4. Resultados

4.1. La experiencia del turismo patrimonial en molinos de agua de Murcia, España

La Región de Murcia ha sostenido su economía en un turismo amparado en la benignidad del clima costero –gratas temperaturas, mucho sol- y en una agricultura de exportación, altamente tecnificada. Ambas actividades se desarrollan en la parte meridional de esa región, sobre todo en su litoral. Sin embargo, el territorio septentrional murciano no ha

corrido la misma suerte: se caracteriza por una economía más bien deprimida, que se basa en una agricultura de autosustento, una ganadería venida a menos y una pobre actividad industrial. En materia de desarrollo turístico, el resultado es muy distinto entre ambas zonas: frente al auge del territorio norte, se advierte la precariedad del sur.

En vista de lo anterior, a partir de 1992 los ayuntamientos norteños y el gobierno regional, por medio del programa LEADER de la Comunidad Europea, patrocinaron el turismo rural en el interior del territorio murciano. Contaron, para ello, con agencias de desarrollo y pusieron en marcha diversas medidas estratégicas, que trajeron como resultado un equipamiento turístico más moderno y más eficiente, dando satisfacción a las nuevas demandas.

Una de las medidas adoptadas para afianzar la actividad turística en el interior de Murcia fue la implementación de la política de recuperación de antiguos molinos con fines turísticos, todos ellos próximos a las márgenes del río Segura. Varios de esos casos se intervinieron con propósitos museográficos o con la idea de transformarlos en hospedajes. Dentro de los ejemplos murcianos más destacables vinculados al *turismo alternativo* –en materia de molinos– destacan el Molino de Benizar, el Molino de Abajo, el Molino de Sahajosa y los Molinos del Río Segura.

Los tres primeros fueron restaurados y reutilizados como hospederías rurales que ofrecen a los turistas un amplio repertorio de productos.

El Molino de Benizar, correspondiente al municipio de Moratalla, con 150 años a cuestas, fue restaurado para que acoja en sus dependencias dos tipos de alojamiento, atendidos por sus propios dueños: uno de hospedería y otro de casa rural (Fig.1 y Fig.2). A ello se agregan las degustaciones de alimentos de la zona, recorridos por parajes vecinos y visitas a sitios arqueológicos cercanos, en los que se encuentran restos y pinturas rupestres. (Flores, 1993).

El Molino de Abajo, por su parte, se encuentra en el municipio de Bullas. Tras la rehabilitación de su edificio, de 300 años de antigüedad, el ayuntamiento lo tomó a su cargo, manteniendo un régimen de hospedería; dos cabañas contiguas amplían la capacidad de alojamiento (Fig.3 y Fig.4). Se agregan, además, agroactividades tales como la fabricación de cecinas y la elaboración de pan y dulces caseros para degustación del visitante. A modo de complemento, se ofrecen otras actividades al aire libre: senderismo, ciclovías, equitación, alpinismo. (Millán, 2001).

El Molino de Sahajosa, localizado en el municipio de Cehegin, ha funcionado desde 1786. Fue restaurado en 1995 para dar hospedaje y es administrado por sus propios dueños. Dos casas adyacentes cumplen la misma función rural (Fig.5 y Fig.6). Dentro de sus



Fig. 1. Molino de Benizar, Murcia, España



Fig. 2. Muestra Rural del Molino de Benizar.



Fig. 3. Molino de Abajo. Murcia, España



Fig. 4. Infografía Turística. Molino de Abajo.



Fig. 5. Molino de Sahajosa. Murcia, España



Fig. 6. Letrero del Molino de Sahajosa.



Fig. 7. Molinos del Río Segura. Murcia, España



Fig. 8. Muestra Museográfica de los Molinos

Dentro de ese conjunto, se impone el edificio de los Molinos Nuevos, que data de 1718 y se caracteriza por su estructura sobria y fuerte, paralela al río. Esta construcción albergaba en una sola planta la serie de mecanismos hidráulicos de los molinos. (Gilabert, 2008). Posteriormente, en el siglo XIX, cuando se dividió la propiedad de los molinos, las pilastras y la cubierta plana y unitaria del inmueble comenzaron a desfigurarse a causa de crecimientos e iniciativas espontáneas de ampliación vertical. El conjunto fue adquiriendo un aspecto fragmentado y heterogéneo. Pero cuando el arquitecto Juan Navarro Baldeweg materializó la restauración, en 1989, este museo fue seleccionado como una de las diez mejores obras de la arquitectura española de la época. (Gilabert, 2008)

El actual Museo del Molino Hidráulico de Murcia representa el paradigma de la unión entre el pasado y el presente, a través de su propuesta de arqueología industrial. Para el turista, este molino se ha convertido en un paseo obligado en la ciudad de Murcia por su condición de mirador sobre el río, que subraya el pedestal urbano y el plano de los peatones sobre los muros de encauzamiento próximos al Puente Viejo. Este paseo, a su vez, sirve de acceso a un desarrollo arquitectónico adicional en el que se alojan estancias del Centro de Cultura, una Biblioteca Pública y una cafetería-restaurant que se beneficia del paseo y la terraza, garantizando su adecuado uso. (Flores, 1993).

En la actualidad sus funciones responden a varios objetivos: enseñar didácticamente cómo funcionaba la maquinaria molinar en el pasado; dejar constancia de la cultura hidráulica en que está inserta, valiéndose de una propuesta histórica y material; ofrecer una sala de exposiciones en la que se difunden las tendencias plásticas vanguardistas. (Fig.7 y Fig.8).

4.2. Molinos de agua en Chile y su relación con el turismo patrimonial alternativo

En Chile el turismo patrimonial aplicado a molinos de agua es reciente y se circunscribe a unas cuantas comunas, todas distantes entre sí: Pichilemu, Carahue, Frutillar y Chiloé. Entre las expresiones se registran circuitos turísticos, museos y fiestas populares, casi siempre vinculadas a un turismo rural.

En **Pichilemu** existen dos molinos de agua que se encuentran actualmente en funcionamiento y forman parte del circuito turístico de San Andrés. Estos molinos son el de Pañul y el de Rodeillo.

El Molino de Agua de Pañul está situado en la Quebrada del Maqui, a 15 km de Pichilemu, entre cerros, bosques, y caminos rurales. Fue creado en 1904 y funcionó a plenitud hasta finales de la década de 1980 (Araya, 2006). Hoy en día sigue en actividad, movido

por la necesidad y la nostalgia. En manos de la tercera generación de cultores -doña Amelia Muñoz y su esposo- este ícono del patrimonio local sobrevive mediante el servicio de Turismo Rural, vigente desde hace ocho años. Su dueña fue galardonada como Cultora Individual Destacada por el Tesoros Humanos Vivos del Consejo de la Cultura y las Artes de la región, en diciembre de 2012. Un merecido reconocimiento tras superar los 100 años de actividad ininterrumpida.

El Molino de Agua de Pañul, abierto durante todo el año, destila la calma del lugar, invitando a conocer la gran variedad de harinas que entrega el molino; productos locales, artesanía y de gastronomía típica; dispone de una cómoda terraza desde donde disfrutar del paisaje.

Dentro de este mismo circuito se encuentra el molino de agua de Rodeillo. Fue creado en 1952 por el padre de Julián Muñoz López y ha estado en funcionamiento a contar de su fabricación. Desde sus inicios las familias del lugar iban a moler el trigo propio, a pesar de las dificultades que presenta el acceso (Quiroz, 1986). Es toda una lección de buena artesanía observar este aparato triturador movido por la fuerza del agua, funcionando en medio de la atmósfera auténticamente campesina, donde se degusta distintos tipos de harinas y quínoa. También cuenta con una tienda donde se puede adquirir variados productos manufacturados por la familia que oficia de anfitriona. (Fig.9 y Fig.10).

Tanto el molino de Pañul como el de Rodeillo han contado con el apoyo técnico y financiero de Sernatur y Prodesal, instituciones que se preocupan de fomentar el turismo rural.

Un muy interesante caso, también en ámbito del turismo rural y patrimonial, es el molino El Temo, emplazado en la localidad de **Carahue**. Este molino funcionó sin pausas entre los años 1970 y 1989, atendiendo a la población del sector. En 1995 debió paralizar sus funciones (Muñoz, 2014). Pero en el año 2010, tras ganar un proyecto para transformar el molino en un museo turístico, bajo el nombre de “Agroturismo Mapuche El Molino Lafkenche”, Gabriel Muñoz Huaracan le otorgó un nuevo ciclo de vida. Adecuó los espacios del inmueble complementario al molino para convertirlos en una instancia de turismo educativo cultural. Aun cuando el funcionamiento mecánico del Molino el Temo se ha hecho obsoleto para las exigencias de la industria molinera actual, se aprovecha como pretexto para educar y crear conciencia de los valores que posee un artefacto que es mucho más que un objeto utilitario y que conlleva, por sobre todo, profundos atributos inmateriales. Esta iniciativa, por cierto, se concilia con los intereses contenidos en los recientes procesos de transformación que busca impulsar el gobierno en la zona, como una efectiva manera de estimular el desarrollo económico en el lugar. (Fig.11 y Fig.12).

Sobre la base de esta voluntad patrimonialista, se restauró buena parte de la infraestructura local, en función de los visitantes. En la práctica se realiza un tour turístico por las instalaciones del molino, a cargo de las personas que lo hicieron funcionar durante los últimos años. El molino y sus piezas complementarias conforman, al final de cuentas, un interesante museo local.

Ya más al sur, en la décima región, el caso de **Frutillar** presenta algunas singularidades: existe un molino de agua que se vincula con la colección arquitectónica del Museo Colonial Alemán, el cual, como se sabe, surge del interés de los habitantes locales por conocer y preservar la historia del Lago Llanquihue y la colonización alemana (Berg, 2009). Se explica, entonces, que en el año 1979 la Municipalidad de Frutillar haya donado el terreno a la Universidad Austral de Chile, dando inicio a la habilitación y construcción del museo. El Molino de Agua y la Herrería fueron las primeras construcciones de un parque temático que se inauguró en 1984 y que se terminó en 1989, con la edificación de la Casa de Campo. (Fig.13 y Fig.14).

El museo, pródigo en jardines y colecciones, en la actualidad está bajo la administración de la Universidad Austral de Chile y da cuenta de las diversas actividades que realizaron los colonos alemanes con el propósito de construir sus nuevos hogares, preparar el terreno para sembrar y, finalmente, instalarse en lo que reconocieron como su nueva patria.

Esta suma de acciones permite demostrar que la educación patrimonial, inteligentemente vinculada al turismo, puede ser una poderosa herramienta de trabajo comprometida con la equidad social, el acceso a la cultura y el bienestar social y estético (I. Municipalidad de Frutillar, 2006).

En **Chiloé**, también en la décima región, los molinos de agua fueron introducidos por los conquistadores en la segunda mitad del siglo XVI, con el fin de iniciar la producción artesanal de harina y otros productos derivados de la molienda de cereales (Aguilera, 1980). El intenso uso que se dio a los molinos fue decreciendo conforme se iba sustituyendo por el eficaz funcionamiento del molino industrial instalado en Castro, cuyas ventajas comparativas eran evidentes: además de la economía de tiempo, permitía obtener la apetecida harina blanca. Sin embargo, aquellos molinos artesanales aún están vigentes en varias localidades apartadas de los centros urbanos de Chiloé y siguen siendo motivo de admiración. No debe extrañar, en consecuencia, que en nombre del turismo patrimonial como desarrollo local en ambientes rurales se haya postulado y luego materializado la denominada “Ruta de los Molinos de Agua”, financiada por los Premios a la Conservación y Medio Ambiente de la Ford Motor Company en el año 2005. Este proyecto perseguía la habilitación de los molinos

situados en Yutuy, Huenuco, Los Molinos y Putemún, todos ellos con una cualidad común: se trata de espacios culturales que representan una antigua tradición rural, en la que se rescata el saber oral y los testimonios de los lugareños sobre la forma de construcción y el uso de los molinos, así como las costumbres, leyendas y creencias en torno a ellos. (Fig.15).

Este proyecto, tan propio del emergente turismo patrimonial, ha ayudado a consolidar la gestión cultural impulsada por las propias comunidades involucradas, afianzando una herencia que España legó al archipiélago. Muchos de los molinos de agua ya han sido restaurados en otras comunas chilotas donde su imagen y su función se han ganado el respeto local. Uno de ellos es el molino de Curaco de Vélez, que a partir de 1997, con apoyo de Fondart, ha rehabilitado, de su conjunto, 8 de los antiguos artilugios (Montiel, 2002).

Hoy en día el patrimonio molinero de Chiloé está presente en las exposiciones permanentes de museos locales: Castro, Quellón, Achao y Curaco de Vélez presentan muestras museográficas que incluyen la exposición del artefacto molino y sus respectivas piedras, así como la explicación gráfica y discursiva de la restauración completa del edificio, con todo su equipamiento. (Fig.16).

En Curaco de Vélez se ha decidido la reconstrucción de sus molinos de agua, potenciando con ello el desarrollo de otras actividades tales como la consolidación del parque municipal “Los Molinos”, donde se realiza, en el mes de abril, la fiesta costumbrista de “La molienda”, en el sector de Huyar Alto. (Montiel, 2002).

5. Conclusiones

Al momento de cerrar la presente ponencia bien merece la pena encontrar algunos puntos de coincidencia entre las experiencias abordadas en ella. Cabe señalar, como premisa primera, que tanto para españoles (murcianos, más exactamente) y chilenos la reconstrucción y reutilización de molinos de agua con fines turísticos se ha convertido en una interesante opción de desarrollo para la pequeña empresa. Desde luego, con sensibles beneficios sociales y económicos para las comunidades locales donde se emplazan. Pero con un valioso componente cultural que difícilmente se consigue en otro tipo de iniciativas. Rescatar los molinos de agua significa, al mismo tiempo, valorar la historia local, las tradiciones; los lazos comunitarios, por su parte, tienden a estrecharse durante el proceso de creación, montaje y desmontaje de las muestras museográficas que derivan de estos bienes.



Fig. 9. Molino de Rodeillo. Pichilemu, Chile



Fig. 10. Muestra Rural del Molino de Rodeillo.



Fig. 11. Molino de El Temo. Carahue, Chile

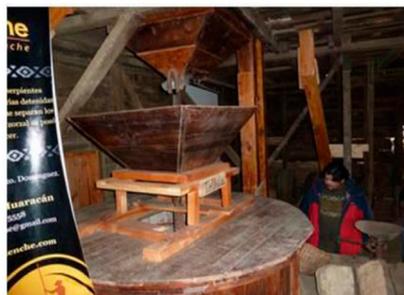


Fig. 12. Muestra de Maquinaria del Molino El Temo.



Fig. 13. Molino del Museo del Colono, Frutillar.



Fig. 14. Muestra Museográfica del Molino Frutillar.



Fig. 15. Molino Chilote, Isla de Quinchao.



Fig. 16. Reproducción Molino Chilote. Museo Quellón.

Es justo dejar sentado, sin embargo, que el altísimo grado de desarrollo de la cultura patrimonial española está a gran distancia de la realidad chilena. Cuestión de recursos, en primera instancia. Pero, también, asuntos de organización y definición de prioridades. En Chile, la cultura y, más precisamente, el turismo patrimonial, es un lujo. En España es un derecho tan básico como la educación o la salud y está integrada a la actividad natural de sus habitantes.

La incertidumbre y desconexión de las acciones estatales, así como la falta de una voluntad única para con los grandes propósitos culturales, insta a las autoridades de turno a programar empresas de corto plazo, acosados por el temor de que la siguiente administración cambie el rumbo de las urgencias. Se trabaja contra reloj porque el destino es siempre una incógnita. Pero la instauración de la cultura es un proceso lento, trabajoso, que consume generaciones y que no debe dejar lagunas de interrupción.

En España, país con historia milenaria, no existen las prisas para alcanzar resultados cortoplacistas, ni por hacer ajustes y correcciones. Las experiencias se instalan de a poco y existe un largo tiempo para que se desarrollen y se mejoren.

A modo de muestra de lo señalado, los molinos de agua en España hoy en día son objetos de culto. Pero son sólo el punto de partida de múltiples iniciativas que derivan en otras actividades y productos turísticos tan apreciados como los propios molinos (hotelería, museos, comercio asociado).

Todo esto es posible porque el plan integral está sólidamente apoyado por una orgánica institucional y legal que concatena todas las experiencias turísticas bajo un mismo propósito, especialmente concebido para el territorio murciano.

En Chile aún se transita por tierras pedregosas, que entran y dificultan el andar. Hace falta una decisión de Estado para poner en marcha –y sin pausas– una política patrimonial comprometida y eficiente, con menos documentos que prometen y más acción en terreno. Más que subsidios menesterosos, el patrimonio debe recibir un apoyo financiero permanente.

El tener enfrente un modelo de gestión tan poderoso como el español no deja de ser un estimulante desafío. Nuestra materia prima, acorde con la realidad campesina, merece un reconocimiento y manutención. Los molinos de agua, hoy abandonados y en desuso, tienen la oportunidad de ser objeto de recuperación, para dar respuesta a un creciente número de ciudadanos que reclaman cultura y memoria. El camino, en este caso, es el *turismo alternativo*, orientado específicamente a los molinos de agua rurales.

Bajo este concepto, todos los sectores de un territorio podrían ser considerados potencialmente turísticos, en la medida que se hagan patentes sus atributos y virtudes, tanto materiales como inmateriales.

El *turismo alternativo*, sabiamente planificado, está llamado a ser una excelente fórmula de desarrollo para los poblados rurales, un eficaz antídoto contra el deterioro y el abandono de lugares que reclaman reconocimiento porque cuentan con recursos tan atractivos como la gastronomía tradicional, artesanías autóctonas y paisajes casi vírgenes.

6. Bibliografía

AGUILERA, Marcos et al (1980). *Informe sobre el estado de conservación e inventario de Molinos típicos chilotes de la región insular de Quinchao y su significación socio-económica en sus comunidades rurales*. Universidad Austral de Chile. Facultad de Letras y Educación Ancud. Valdivia, Chile: UACH

ARAYA MUÑOZ, Carmen Gloria (2006). **Salineros de la laguna de Cahuil: cristalizadores de oro blanco**. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales. Tesis (antropólogo con mención en antropología social)--Universidad de Chile.

BALLART, Josep. y TRESSERAS José Juan. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona, Ariel.

BERG Costa, Lorenzo et al (2009). *Ocupación, Arquitectura y Paisaje: Región de Los Lagos*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE. COEPA (1994). *Estudio de la oferta familia complementaria en la Provincia de Alicante*. Madrid, España. Ed. COEPA.

FLORES, Francisco. (1993). *El Molino: piedra contra piedra: (Molinos hidráulicos de la Región de Murcia*. 1º Edición. Murcia, España. EDITUM.

GILABERT, Luz María. (2008) *El Centro Cultural Museo Hidráulico Los Molinos del Río Segura: un testimonio de la historia de Murcia*. En *Revista Imafrente*. Murcia, España. 19 – 20: 127-244.

HARRISON, Richard. (1994). *Manuel of Heritage Management*. Oxford, 1a. Ed. Butterworth & Heinemann.

HERNÁNDEZ, Francisca. (2002). *El Patrimonio Cultural: la memoria recuperada*. Madrid, España. Ed. Trea.

MARTÍNEZ, María (2013). *Molinos de agua: Los orígenes medievales del museo del molino hidráulico de Murcia*. En *Revista Estudios sobre Patrimonio, Cultura y Ciencias Medievales* Madrid, España. 15. 283 – 318

MILLÁN, Mercedes. (2001). *Viejos recursos para nuevos turismo: El caso dela Región de Murcia*. En *Revista Cuadernos de Turismo*. Murcia, España. 8: 109-128.

MONTIEL, Felipe (2002). Los últimos constructores de artilugios de madera en Chiloé. Castro. Chile: Editorial Austral.

MUNICIPALIDAD DE FRUTILLAR (2006). *Frutillar 150 años: Región de Los Lagos: origen de Frutillar y su panorama institucional contemporáneo 1856-2006*. Frutillar, Chile: Impresur.

MUÑOZ, Gabriel (2014). Mes del Patrimonio Cultural: Red de Dinamizadores Mapuches visitó Museo Molino Lafquenche de Puerto Domínguez. <http://www.elperiodico.cl/2012/05/mes-del-patrimonio-cultural-red-de-dinamizadores-mapuches-visito-museo-molino-lafquenche-de-puerto-dominguez/>

NÁCHER, José. (1997). “Turismos alternativos, cooperación y desarrollo rural: Un análisis crítico” *C.I.R.I.E.C. España. Revista de Debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*. Nº 27. pp. 69-86.

OMT / ICOMOS (1993). *Tourism at World Heritage Cultural Sites*. Madrid, España. Editorial ICOMOS.

PRATS, Llorenç. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, nº 27, pp.63-76.

PEÑALVER, María Teresa. (1998). Un turismo alternativo: reutilización de molinos y almazaras. En *Revista Cuadernos de Turismo*. Murcia, España. 2: 147-158.

PEÑALVER, María Teresa. (2002). La arquitectura industrial: patrimonio histórico y utilización como recurso turístico. En *Revista Cuadernos de Turismo*. Murcia, España. 10: 155-166.

PÉREZ, Amelia. (2006). Turismo rural: situación actual, perspectivas y gestión. Santiago. Editorial Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile. 102 p.

QUIROZ, Daniel et al. (1986). Los Salineros en la costa de Chile Central. *Revista Chilena de Antropología*. No 5, Facultad de Filosofía, Humanidades y Educación Universidad de Chile, Santiago, Chile. 103 – 120.

RIPOLL, Antonio (1993). El turisme alternatiu a Mallorca. En *Turisme e investigació*, Nº3. 203 – 214. III Jornadas de Geografía de Turismo. Palmas de Mallorca. España.

Almadraba al sol: Construyendo el futuro de la costa Gaditana

Virginia Arnet

RESUMEN

La presente ponencia tratará de abordar cómo la crisis de 1975 supuso un punto de inflexión en numerosos poblados creados en torno a una determinada actividad productiva en la costa gaditana, en España. Se profundizará en el estudio de un caso determinado, Barbate, espacio natural y cultural cuyos vestigios industriales llegan hasta nuestros días, con el fin de desarrollar pautas de reutilización y reaprovechamiento que logren recuperar el paisaje en el que se insertan, además de reactivar las relaciones sociales que convergen en este entorno urbano. Así, reutilizar el patrimonio industrial del que disponemos ante una serie de necesidades, sensibilizar a la sociedad, de forma que ésta se sienta implicada e identificada con su patrimonio, rentabilizar el patrimonio desde un punto de vista social y redefinir nuevos usos para viejos edificios, aparecen como objetivos generales de esta investigación. Por otro lado, la influencia del sector agroalimentario en el área de estudio, pone de manifiesto la necesidad de localizar subáreas dedicadas a este tipo de industria. Para ello, se establece una herramienta metodológica dividida en 4 grandes fases a partir de la cual se analizan los antecedentes industriales del entorno urbano y la importancia del municipio en el contexto territorial. Además, se localizan los elementos industriales más representativos del sector productivo escogido para alcanzar un conocimiento general de la tradición industrial de los mismos y de la influencia que han ejercido sobre el contexto urbano en el que se enclavan, con el fin de determinar las posibles reutilizaciones para la preservación y el rescate de estas huellas patrimoniales.

La recuperación de los elementos del pasado, nos ayudan a soñar un nuevo soporte capaz de devolver la memoria productiva que allí se generaba, aunque con matices diferentes. Esta capacidad transformadora, hace posible la propuesta de dinámicas turísticas que convertirán el baldío industrial de hoy en el tejido urbano activo de mañana. Son intervenciones que nos permiten conocer el pasado fabril y, además, ofrecen un nuevo espacio a la ciudad donde es posible la transformación y conservación de los lugares de trabajo, además de reafirmar la memoria del lugar.

PALABRAS CLAVES: patrimonio, industria, litoral, reutilización, turismo.

MARCO TEÓRICO

Los antecedentes de la industria en Barbate son incomprensibles sin, previamente, realizar un estudio de su relación con las actividades del mar desde la época fenicia, ya que muchas de las técnicas de este sector se siguen realizando como se hacían entonces. La riqueza de caladeros de atunes en esta parte del océano Atlántico hace de este alimento la base alimentaria de las primeras civilizaciones barbatañas. Este hecho unido a la abundancia de sal, que servía de conservante, y a las condiciones favorables de esta costa, condicionan la aparición de una industria estrechamente ligada al atún y su comercialización por el Mediterráneo. Además, a finales del siglo XVIII la técnica en la captura de atunes sufre una transformación que ayudará a la industrialización del municipio de Barbate, a partir de la implantación de la almadraba ‘de buche’, que permite capturar un mayor número de especies en el mismo período de tiempo. Por otro lado, el monopolio pesquero, protagonizado por la casa Ducal de Medina Sidonia desde finales del siglo XIII, ve su fin con la supresión de los señoríos y la desamortización de Mendizábal (1836) que facilitará un numeroso volumen de licencias pesqueras, a cargo de pequeñas explotaciones familiares cuyas instalaciones carecían de ubicación fija y que permitió el desarrollo de la industria almadradera en Barbate, aunque a escala local de pequeño tamaño. “La abolición de la Matrícula del Mar es otro elementos importantísimo para explicar el resurgir de la actividad pesquera y con ella la de la aldea de Barbate, al permitir la incorporación de numerosos efectivos humanos a esta actividad”(FORNELL, 1996, p.45). Sin embargo, la libertad de pesca establecida en esta costa, provocó una posterior crisis en el sector, debido a la abundante captura de atunes durante las décadas siguientes.

Durante la primera mitad del siglo XX, llega a configurarse el puerto interior de Barbate, en las proximidades de la desembocadura del río del mismo nombre que “ofrecía abrigo y dotaba de una mínima infraestructura portuaria [...] que se tradujo en la existencia de una actividad comercial relativamente considerable [y] facilitó la aparición de un importante sector pesquero. [...] La desembocadura del Barbate se mostró como un buen punto de atraque, convirtiéndose en uno de los principales núcleos pesqueros del litoral gaditano” (FORNELL, 1996, p.51-55). Un año después del comienzo de las obras del puerto interior, en 1929, se constituye el Consorcio Nacional Almadradero de Barbate donde se integran empresarios locales con el fin de generar una potente estructura conservera en la margen del río. En este complejo, conocido como la chanca de Barbate, no sólo se añan fábricas de conservas sino que además se disponen las viviendas y talleres de los artesanos, cuyas actividades estaban ligadas con la almadraba y la conservación del atún que de ésta se obtenía.

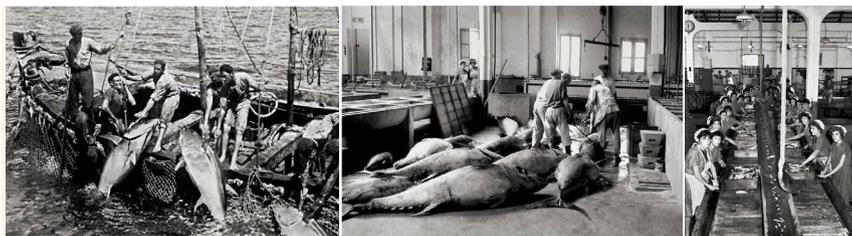


Fig. 1 Copejo de atunes, 1927. Fig. 2 Ronqueo del atún en las instalaciones del Consorcio Nacional Almadrabetano, hacia 1970. Fig. 3 Mujeres eviscerando el pescado, hacia 1970.

La bonanza pesquera que vivió Barbate en la década de 1950, permitió un crecimiento desmesurado de la industria barbateña que, incluso, regalaba piezas de atún en la cancha a sus trabajadores. Sin embargo, la alta actividad pesquera necesitaba un nuevo espacio, de mayor capacidad, para las embarcaciones, por lo que en 1962, entró en servicio el puerto exterior emplazado en la albufera de Barbate. Sin embargo, durante la década de 1970, debido a las limitaciones impuestas en las políticas marítimas de Marruecos para la captura de atunes, se produce un declive en la flota barbateña que, unido a que los incentivos por parte de las industrias manufactureras del atún fueron reducidos, comienza a resurgir una crisis en el sector pesquero que se ve acuciada por el interés de comerciantes japoneses en el atún rojo que se captura en estas almadrabas. La situación que está viviendo la economía de Barbate, debido a las presiones ejercidas por parte de las grandes empresas japonesas, pone en peligro el legado cultural del municipio, estrechamente ligado a una pesca y manufactura del atún de forma tradicional, y hasta este momento, sensible con los ciclos biológicos de las especies aunque la intención de las empresas extranjeras de emplazar almadrabas propias en la costa gaditana pone en peligro la almadraba tradicional junto con el posterior tratamiento del atún.

OBJETIVOS

La investigación se plantea para alcanzar los siguientes objetivos en la ciudad media andaluza de Barbate. En primer lugar, reutilizar el patrimonio industrial del que disponemos ante una serie de necesidades. De este modo, conseguimos recuperar, no sólo un edificio, una imagen o una memoria, sino un espacio obsoleto y degradado, ofreciendo a la ciudad un espacio lleno de nueva vida urbana. No obstante, “la rehabilitación de un edificio requiere que se origine un proyecto de intervención, en donde queden reflejados todos los trabajos de reparación, conservación, restauración y nuevas instalaciones, así como las obras necesarias para la adecuación correcta a las normativas vigentes” (COSCOLLANO, 2003, p.213). Sin embargo, “la rehabilitación no garantiza la conservación de los inmuebles por parte de sus habitantes” (ROSAS, 1998, p.189). Es por esto último que necesitamos generar una energía social iden-

titaria e identificada con este patrimonio, que sea capaz de reapropiarse de esta identidad que les proporciona el patrimonio industrial, y por tanto, colaborar en su conservación. Por otro lado, sensibilizar a la sociedad, de forma que ésta se sienta implicada e identificada con su patrimonio. Debemos por tanto, apostar por construir una sociedad implicada con tal causa y que se sienta identificada con el objeto de estudio. Promover esa sensibilización social, es, también, una forma diferente de valorar nuestro patrimonio y de evitar su acelerado deterioro. En este sentido, es muy importante dotar de nuevos usos contemporáneos estos bienes industriales; ya que, sin uso (diferente, similar o idéntico al originario) está condenado a su degradación. Además, rentabilizar el patrimonio desde un punto de vista social, fomentando como objetivo fundamental el hacer de él un producto rentable, no sólo desde un punto de vista sociocultural, sino, también, económico. Por esto, debemos entenderlo como un elemento autosuficiente, capaz de generar riqueza por sí mismo y en su entorno más inmediato. Y, por último, redefinir nuevos usos para viejos edificios, considerando encontrar usos contemporáneos que se adapten a los inmuebles en sí y a los contextos urbanos de los que forman parte.

METODOLOGÍA

1. ESTUDIO DEL ÁREA INDUSTRIAL BARBATEÑA ESCOGIDA.

1.1 Localización y análisis de la industria almadrabera en Barbate.

La lectura que se realiza sobre los elementos legados de la actividad industrial en esta urbe, permite una comprensión profunda de la actividad productiva a lo largo de los años. Sin embargo, si nos centramos en las marcas del pasado siglo, distinguimos un área claramente diferenciada del resto del municipio, compuesta por diversos elementos. Éstos son vestigios del esplendor industrial que se manifestó en Barbate a partir de la segunda mitad del siglo XX, en la actualidad abandonados, por lo que permiten constatar la influencia que han tenido a lo largo de los años en el resto del trazado del municipio, además de permitir adaptar sus estructuras a nuevos usos que reactiven el entorno. Así, se identifican dos piezas claves para el entendimiento del contexto local: la antigua lonja de pescados y el conjunto industrial del Consorcio Nacional Almadrabero.



Fig. 4 Localización del ámbito de estudio. Fig. 5 Vista del conjunto industrial, Barbate, hacia 1950.

Debido a que en la actualidad ha desaparecido prácticamente toda memoria de actividad industrial en este sector, ya que la actividad principal de las fábricas conserveras se ha trasladado a un gran polígono industrial periférico, el planeamiento propone un rediseño urbano de la zona, mediante la apertura de un nuevo viario rodado, así como un colchón de espacios libres y zonas verdes que rodee el área con el fin de conectarla con el borde marítimo del resto del núcleo urbano. Asimismo, servirá para la recuperación ambiental de la zona mediante amplios espacios libres que circundarán la zona y permitirá la conexión peatonal con el borde marítimo de Barbate y la playa del Carmen, consolidando este fragmento urbano a través del uso turístico. Por ello, tras el análisis del entorno que afecta a los elementos industriales elegidos, podemos concluir que se trata de una zona débil, ya que el planeamiento vigente apuesta por una completa transformación de la misma olvidando el uso histórico del lugar, lo que supondrá una importante pérdida de identidad de este sector que no podrá ser entendido sin las huellas de la industria que marcaron su construcción. La mala accesibilidad a la zona, así como la falta de equipamientos públicos de distinta índole que den respuesta a las necesidades del tejido residencial que se ubica en sus proximidades, son dos elementos claves para plantear la posterior reutilización de este sector.

1.2 Nuevas demandas sociales. Los ciudadanos como protagonistas de la regeneración urbana.

Además, de considerar la evolución histórica del entorno estudiado y la influencia que ésta ha tenido en el tejido urbano, así como analizar las pautas establecidas en el planeamiento vigente, se plantea necesaria la implicación de los ciudadanos en el entendimiento de la situación y la cooperación en el resultado final, por lo que se generan pautas de participación ciudadana de carácter local con el fin de determinar si las dinámicas establecidas en el planeamiento son coincidentes con las demandas reales del municipio, ya que en muchos de los casos, las actuaciones requeridas se encuentran ocultas tras pautas de especulación inmobiliaria. Sólo así, se consiguen compensar las tácticas municipales con las propuestas de reutilización elegidas y establecer medidas de ‘cosido urbano’ con el fin de que estas últimas alteren en la menor medida posible la tradición ligada a la industria almadrabera que presenta este sector y realce sus potencialidades urbanísticas. Por todo esto, las pautas que se deben marcar para la recuperación del lugar han de constituirse considerando la presencia de este sector de la población barbateña, cuyo patrimonio, material e inmaterial, ha sido legado de una generación a otra.

2. DISTINTAS PIEZAS CON UN ÚNICO OBJETIVO, LA RECONVERSIÓN. ESTUDIO DE LOS EJEMPLOS LOCALIZADOS.

2.1 Antigua Lonja de Barbate.

El edificio de la Antigua Lonja construida por Fernández-Shaw, entre 1940 y 1943, se sitúa en el interior del río Barbate, en las proximidades del antiguo puerto de refugio, presentando líneas claras y rotundas que configuran la imagen del río y es un claro vestigio de la actividad productiva que se realizaba en esta área de Barbate. El edificio original, que ofrece una imagen de barco varado, formaba parte de las obras del Movimiento Moderno español, como se recoge en la publicación de *Arquitectura del Movimiento Moderno en Andalucía* (GARCIA VAZQUEZ, 1999). Junto con esta edificación se concluyen las obras del puerto interior, la pavimentación del muelle y las zonas de servicio en las inmediaciones de la lonja y las instalaciones del conjunto industrial del Consorcio Nacional Almadrabeto, “lo que volvía a poner de manifiesto la importancia del puerto como polo de atracción para la industria conservera [y almadrabeto]” (FORNELL, 1996, p.69).



Fig. 6 Vista exterior antigua Lonja de Barbate.

A partir de 1964, con la construcción del nuevo puerto exterior de La Albufera, comienza el deterioro de este fragmento de ciudad apoyado en la actividad del puerto interior del río Barbate. Además, “al trasladarse en 1968 la actividad de subasta de pescados a la nueva lonja del puerto de la Albufera esta construcción quedó sin uso” (CONDE, 2007, p.61), lo que conlleva a un progresivo deterioro de las instalaciones portuarias y al abandono de los elementos fabriles que de ellas se derivaban. Por todo ello, en 1996, y en aras de la conservación de este delicado patrimonio industrial, se incluye la lonja en el registro de industria del DOCOMOMO ibérico y, cinco años más tarde, se declara Bien de Interés Cultural. Todo ello, condiciona un entorno de conciencia conservacionista que en la segunda mitad de la primera década del siglo XXI se preocupa por el valor que este elemento industrial representa, no sólo para el trazado urbano del municipio, sino para la configuración de su identidad colectiva. La antigua lonja de pescados representa un espacio industrial ya reutilizado pero

con un fin incorrecto, debido al potencial que su tradición presenta para la reactivación social turística de la zona, por lo que pueden considerarse diversas pautas de intervención.

Al tratarse de una lonja de pescados y siendo el puerto interior del río Barbate relevado a segundo lugar frente al nuevo puerto de La Albufera, conservar el uso tradicional del inmueble carece de sentido literalmente, pues podría interferir en el entorno urbano causando molestias de ruido, tráfico y olores intensos que alejarían a los turistas. Por tanto, su reutilización como espacio industrial no es factible, pero se podrían aprovechar las instalaciones modificadas por los centros de interpretación para una posterior conversión en equipamiento público de alguna índole que abasteciera a la demanda turística de la zona. Sin embargo, la posibilidad de instalar un centro de interpretación completo enfocado al turismo, permitiría la inserción de este elemento en el nuevo tejido urbano buscado desde la municipalidad, además de la posibilidad de emplearlo como espacio expositivo con actividades relacionadas con la almadraba. Asimismo, la reutilización como espacio educativo, biblioteca o centro social, ayudaría a la revitalización del barrio colindante, sirviendo como punto de encuentro entre ambos espacios urbanos. La proximidad al borde costero, junto con la intención predominante de reconvertir el uso de la zona en el turístico, facilitan, además, su reutilización como espacio de ocio o comercial. Por otro lado, se podría combinar el uso cultural con el comercial, creando un centro gastronómico vinculado a la almadraba y que sirviera de reclamo de los turistas de la zona, ya que resulta un espacio idóneo para un doble uso combinado debido a las dos alturas que presenta la pieza. El edificio presenta gran trascendencia no sólo por su valor de conjunto, sino por su funcionalidad histórica, su posibilidad de elemento revitalizador de la zona y la relevancia de su autor en el contexto arquitectónico nacional. En relación a esto, se trata de un ejemplo de la producción barbateña con una gran importancia para su posible reutilización y para la reconversión social y económica de este entorno determinado.

2.2 Conjunto industrial del Consorcio Nacional Almadrabeto.



Fig. 7 Vista exterior del conjunto industrial del Consorcio Nacional Almadrabeto.

El origen de este conjunto industrial radica en las fábricas conserveras y de salazón que Serafín Romeu, empresario barbateño, ubica en esta zona de la ciudad a comienzos del siglo XX pudiendo distinguir tres usos claramente diferenciados: el industrial, el administrativo y el residencial. El uso industrial fue el primero en constituirse tal y como lo conocemos hoy, ya que las instalaciones fabriles que se asentaban en este lugar previo a la consolidación del Consorcio Nacional Almadrabetero, sirvieron de soporte para las modificaciones y mejoras del procesamiento del atún. Así, durante la década de 1940 el complejo disponía de todos los espacios necesarios para la producción y tratado de las conservas y salazones. Sin embargo, en Barbate la jornada no finalizaba tras la pesca sino que este era el inicio de un ciclo fabril. En primer lugar, las barcas procedentes de la almadraba arribaban al puerto interior una vez terminada la faena, cargadas con atunes y demás especies que habían sido capturadas en las redes, para su posterior transporte al patio central de este conjunto industrial, llamado la chanca, donde se realizaban las labores de lavado y decapitado de los atunes, hasta que, en 1943 se finalizaran las obras de la Lonja Vieja, pasando a ser este edificio construido para tal fin. Una vez decapitados, los atunes se cuelgan en vertical por la cola en los cobertizos que rodean la chanca durante al menos veinticuatro horas, para su desangrado creando una imagen similar a un ‘bosque de atunes’, como lo llamaban. De ahí pasan las especies a las naves colindantes donde se procede al ronqueo¹ del animal en las distintas piezas que, posteriormente, el petero² pelará para comenzar con el proceso de conserva y salazón del atún. En esta última fase de trabajo es donde comienza a ayudarse la actividad industrial de máquinas para aumentar la producción; unas se encargan de picar las piezas de atún, otras de fabricar las distintas latas donde irán colocadas, otras cierran mediante soldadura la lata ya rellena de conserva,... Asimismo, existían en este conjunto fabril naves donde se almacenaban las latas para su posterior venta. Además en la zona más suroriental del complejo, se ubicaba un área destinada al apoyo de la actividad industrial para la reparación de toneles para la salazón, corchos y cordeles de los útiles de pesca o anclas, actividades complementarias para los meses en los que no estaba en pleno rendimiento la almadraba y la fábrica de conservas y salazones. Por otro lado, la concentración del uso industrial al norte de la parcela de estudio, permite realizar una lectura claramente diferenciada de los tres diferentes usos que se daban en todo el conjunto, además de permitir un estudio más complejo del uso residencial aún hoy activo. Se trata de una zona de viviendas, organizadas en torno a un patio de vecinos con árboles en su interior (las más antiguas) y en hilera (las más actuales), que acogían a los trabajadores de la almadraba y de la fábrica de conservas y salazones. Las primeras se organizan en dos alturas alrededor de un patio interior, donde se producen las relaciones sociales de los trabajadores de la chanca de Barbate fuera del horario de trabajo

1 El ronqueo del atún es el despiece tradicional del animal en distintas partes. El término procede del sonido que produce el cuchillo al rozar las espinas, similar al ronqueo humano.

2 El petero es el operario encargado de quitar la piel al atún y dividirlo en grandes porciones.

ya que era utilizado como dilatación del comedor debido a las altas temperaturas que aúnan el verano y el levante gaditano. Unas escaleras perimetrales facilitan el acceso a las viviendas ubicadas en la planta superior desde el patio interior. Las más actuales, de una sola planta, se disponen a lo largo de calles interiores que surgen para colmatar la zona residencial. Sin embargo, “a pesar de la intención higienista y racionalizadora que animaba el modelo, las viviendas eran muy deficientes: dos espacios (hogar y dormitorio) separados por un tabique que no alcanzaba el techo” (FLORIDO, 2013, p.22). Ambas, constituyen una organización espacial que permite la utilización del patio o la calle como otro espacio más de las viviendas y tener un control de lo que sucede en la calle, así como la ubicación de los puntos de acceso en el extremo.

El conjunto residencial se caracteriza por su fachada continua y homogénea, de huecos simples y carentes de ornatos, y por la utilización de los espacios intersticiales para uso de la comunidad, como los improvisados tendaderos que se sostienen por viejos lances de pesca. En la actualidad, la presencia de la almadraba en las residencias sigue siendo un hecho notable, ya que en sus puertas siguen colgando viejas redes y se pueden ver antiguos talleres pequeños abandonados entre las viviendas.

Debido al profundo deterioro que presentan la mayor parte de las instalaciones fabriles, la conservación del uso tradicional frente a uno nuevo que permita la rehabilitación de las mismas, carece de sentido. Asimismo, la completa supresión del uso vinculado a la pesca es imposible ya que las instalaciones han sido usadas durante décadas por los pescadores y el sentido de pertenencia a este lugar es el mismo que le otorga su identidad. Por ello, se podrían aprovechar ciertas partes de las instalaciones para almacenaje de útiles, ubicadas en lugares que no alteren los nuevos usos que se proponen para el lugar. Por otro lado, el mantenimiento del uso residencial presente en la zona norte de estudio, facilita la creación de nuevos espacios residenciales a lo largo de todo el entorno y sirve de punto de unión con el resto del municipio. Además, la implantación original de tres usos (residencial, administrativo e industrial) hace imposible la reutilización de todo el conjunto bajo un mismo nuevo uso. Por ello, el intento de reconvertir el antiguo Consorcio Nacional Almadrabeto en un complejo turístico hotelero en exclusividad, no tendría la repercusión ni la influencia deseada en el ámbito de trabajo. Sin embargo, la posibilidad de instalar un conjunto donde se combinen distintos edificios con finalidades diferentes, enriquecería la actividad social y urbana de este espacio además de permitir una combinación de distintos usos en el mismo espacio. Así, podría mantenerse el uso residencial adecentando aquellas viviendas que, por el transcurso de los años se han visto deterioradas, así como rehabilitar las que se encuentran en estado de abandono. Por otro lado, la utilización de parte de las instalaciones por el sector pesquero como almacén de útiles próximo a la vivienda, hacen imperante la necesidad

de conservar cierto sector del conjunto industrial para tal fin, además de señalar que esta pauta mantendría una mínima actividad industrial en el sector de estudio. Éste debería localizarse en las proximidades del área residencial y del puerto pesquero, simultáneamente. Asimismo, y con el fin de enriquecer el nuevo tejido urbano que se pretende construir, se podría instalar en el ámbito una zona destinada a uso comercial y de ocio, que fuera atractiva tanto para los turistas como para los vecinos. Todos estos nuevos usos, combinados con los ya existentes, necesitan de un soporte urbano que los mantenga y los una. Por ello, la apertura de nuevos viarios de conexión y la creación de nuevos espacios públicos donde se facilite la comunicación entre los usuarios, es imprescindible para conseguir una lectura y funcionalidad homogénea dentro del ámbito de estudio y, además, permitiría el inmediato enlace a escala local y global.

RESULTADOS

Atendiendo al ámbito estudiado, así como las posibles reutilizaciones planteadas, se llega a un resultado conjunto del área de estudio con el fin de que la lectura sobre este fragmento del tejido urbano de Barbate, se realice de manera uniforme y continua. En primer lugar, se atenderán a las características y demandas de carácter generales del entorno con la apertura de un nuevo viario que facilite la comunicación de todo el ámbito y de éste con el resto del municipio. Localizado más al sur del ámbito de intervención con el fin de establecer un límite físico con el espacio protegido por el límite marítimo establecido en la ley de costas. Asimismo, se plantea una vía de carácter territorial que permita el acceso a Barbate desde otros municipios conectando con la zona de estudio, lo que se convierte en un elemento fundamental a la hora de entender la estructuración del territorio andaluz por medio de las redes de ciudades medias. Convirtiendo al municipio en un destino más atractivo, tanto para las nuevas implantaciones locales como para los turistas. Un amplio espacio libre recorrerá los límites de la zona, que se irán comunicado por medio de pasos creados a través de antiguos patios reutilizados como espacios públicos y que, simultáneamente, dará permeabilidad a la propuesta, alejándose del hermetismo urbano que existía con anterioridad. A través de un entramado compuesto de paseos, plazas, jardines y calles peatonales, se facilitan las conexiones y relaciones sociales, lo que intervendrá favorablemente en la reactivación del lugar. Por ello, el antiguo patio de la chanca, se reconvierte en el espacio público central en torno al cual se articularán los distintos usos propuestos. Las antiguas naves del Consorcio Nacional Almadrabeto, junto con las viviendas y la antigua lonja, son espacios con un gran potencial que se deben saber aprovechar para que su reutilización contribuya a la reactivación social y urbana del ámbito de estudio.



Fig. 8 Propuesta de reutilización planteada en el ámbito de estudio

Atendiendo al área residencial del ámbito de estudio, podemos distinguir cuatro sectores de viviendas diferenciadas como se muestra en el esquema final. Debido al buen estado de conservación en el que se encuentran las viviendas del sector A.1, distribuidas en torno al patio interior, y las localizadas en el sector A.2, no es necesario emprender ningún tipo de actuación sobre ellas. No obstante se procederá a ejecutar la rehabilitación oportuna de las viviendas en hilera, localizadas en el sector A.3, que se encuentran deterioradas por el transcurso de los años, así como aquellas que estén en estado de abandono. Además, se procederá a la regeneración total del sector A.4, ya que se encuentran abandonadas en la actualidad y suponen un espacio importante para aumentar el tejido residencial de la zona. Sin embargo, estas actuaciones deberán ir acompañadas de otras de carácter público para que el funcionamiento y la revitalización de este fragmento sean exitosos. Por ello, se plantea la regeneración de los espacios intersticiales que se dispersan en este espacio, con el fin de facilitar las comunicaciones interiores entre las viviendas, así como el acceso desde el exterior a las mismas. Además, se reutilizarán los pequeños talleres de lavado de pescado existentes para albergar nuevos usos comerciales de carácter local (fruterías, pescaderías,...) que ayudarán a la reactivación social del nuevo tejido urbano planteado.

En segundo lugar, el hecho de instalar un pequeño espacio para oficinas destinadas al sector pesquero (sector B), ofrece la posibilidad de volver a utilizar las instalaciones administrativas del Consorcio Nacional Almadrabetario para tal uso, permitiendo asegurar su permanencia. Se trata de un edificio que presenta una tipología fácilmente adaptable a las nuevas funciones aquí planteadas, lo que permitirá introducirlo en la vida activa de la ciudad. Por otro lado, la necesidad de conservar la actividad industrial tradicional

barbateña se convierte en uno de los factores endógenos que deben ser incorporados en la reutilización del ámbito de estudio. En búsqueda de la armonización de la regeneración y la reactivación, se plantea la reutilización de las naves de menor tamaño de la zona noroeste del ámbito de estudio para un desarrollo industrial de pequeña escala, constituido por PYMES e industrias limpias que no afecten a la calidad de vida del contexto urbano, que incrementará la productividad económica de carácter local. La ubicación de la zona productiva en el sector más próximo al residencial (sector C), genera y fortalece las actividades económicas de la población, ya que los habitantes de este lugar podrán pasar a formar parte de la actividad productiva, con lo que se generarán dinámicas económicas, sociales y culturales a partir de las cuales se logrará una mayor intervención. Las estructuras familiares, la cultura y la identidad local son aspectos fundamentales en los procesos de desarrollo del municipio; por ello, la implantación de una zona industrial (pesquera o no), contribuirá al esplendor urbano y social que presentaba este fragmento de ciudad a principios del siglo pasado en Barbate. Asimismo, con el fin de que la reconversión de este conjunto industrial evite la destrucción sistemática de las muestras identitarias del pasado productivo de la zona, se plantea un sector central (sector D) donde el uso predominante sea el turístico. Para configurar una nueva imagen de esta ciudad media andaluza, se plantea una propuesta de regeneración urbana basada en satisfacer las demandas locales en relación a la nueva industria del siglo XXI, el turismo; por ello, se proponen dos espacios diferentes. El primero (sector D1), aportará la imagen unitaria de un solo espacio hotelero reutilizado mientras que el segundo (sector D2), se adaptará para albergar pequeñas habitaciones y zonas comunes a modo de albergue. De este modo, otorgando al turismo un papel fundamental en estas estrategias de regeneración, se conserva el pasado industrial dotando de nuevos usos atractivos a los edificios abandonados, a la vez que se reactiva económica, cultural y socialmente la ciudad en cuestión. Por ello, entendemos que el uso turístico se convierte en un instrumento esencial para la preservación activa, la conservación, el uso y la puesta en valor del patrimonio industrial aquí estudiado, aunque para que el uso turístico obtenga la relevancia deseada, debe ir acompañado de los equipamientos necesarios que apoyen la recuperación de estos grandes contenedores industriales generando vínculos entre la industria, la sociedad y el territorio. Esto establece el edificio de la antigua lonja como una pieza determinante en la nueva ordenación, al situarse en el punto de unión entre ambas. Así, la implantación de un equipamiento social (sector E) en este lugar sirve de escenario para que la población permanente acuda y se relacione con la temporal (generada por el turismo), además de potenciar los elementos patrimoniales que sirven de imagen para el nuevo tejido urbano. Por otro lado, el gran trazado longitudinal que presenta otra de las naves de la zona central, unida a la posición estratégica frente al borde marítimo, posibilitan la reconversión de ésta con fines comerciales y de ocio (sector F). El primero de ellos, diseñado como colchón entre el mar y la ciudad; y el otro, interior a modo de piel

transparente que rodea el equipamiento cultural propuesto. Todo esto, lleva a convertir este lugar en el nuevo punto de referencia en la vida cotidiana de la ciudadanía. Así, con el fin de reinterpretar el patrimonio industrial presente, se plantea la ubicación de un centro cultural (sector G) aprovechando las sinergias que otorgan las construcciones fabriles, además de reforzar la demanda cultural y de consumo que plantea la sociedad actual. Establecer un equipamiento de esta índole apoya la idea de constituir una nueva ciudad a partir del pasado y que sirva de soporte para la nueva identidad colectiva de sus habitantes. Por último, la colmatación del ámbito de estudio mediante la instalación de un equipamiento deportivo (sector H), permite colmatar el ámbito de estudio sin generar un espacio abocado al abandono y deterioro, sino que de este modo, se crea una zona activa y que, a la vez, da respuesta a las carencias deportivas del municipio.

La constitución del uso turístico como principal mecanismo de atracción, ofrece la posibilidad de preservar la memoria industrial barbateña, mediante el recorrido por las antiguas instalaciones fabriles bajo una nueva mirada, donde convergen espacios turísticos, culturales, comerciales y de ocio, residenciales, sociales, deportivos e, incluso, nuevas sedes de empresas. Así, la búsqueda de sol y playa, se combina con los valores culturales y las señas de identidad de esta ciudad media, cuyo patrimonio, y la preservación de éste, son aspectos fundamentales para mantener activa la memoria de la industrialización y sus relaciones con el contexto urbano en el que se implanta.

CONCLUSIONES

Esta investigación se encuadra dentro del contexto de los estudios urbanos dedicados a describir cómo la contemporaneidad de las ciudades hace posible la inserción del pasado en un presente dinámico para contribuir a la definición del futuro. Para ello, se establecen las directrices fundamentales para la creación de una metodología de reutilización del patrimonio industrial. Asimismo, como la ciudad es un entorno dinámico donde confluyen realidades urbanas y cambios sociales, se plantea la necesidad de establecer una herramienta estratégica que establezca un proceso claro de investigación, análisis, diagnóstico y resultados, en el que se consideren no sólo las variables históricas y arquitectónicas, sino que, además, se tengan en cuenta las urbanísticas y socioculturales. Así, la metodología establecida a lo largo de estas líneas, presenta una alternativa al derribo, a la reconstrucción con diferentes usos o a la reutilización cultural en exclusiva, para preservar la memoria del lugar y de la ciudadanía que los habita y mostrar al legado industrial como un elemento indispensable para reactivar la trama urbana en la que se insertan. Por ello, esta herramienta fija unas reglas de actuación sustentada en tres premisas básicas: las condiciones del entorno (local y territorial) en el que se implanta; la realidad social los ámbitos de estudio; y la evolución de la industria local, así como las repercusiones que

ha tenido en el tejido urbano para, a partir de ahí, enfrentarse a las distintas posibilidades que presenta este patrimonio en aras de su reutilización.

De este modo, el caso de estudio aquí presentado, se plantea como una oportunidad para incorporar antiguas industrias en proyectos y dinámicas de desarrollo turístico local basadas en el patrimonio industrial. Además, al presentar una variedad complementaria de diferentes usos, dando respuesta a lo establecido por los planeamientos locales y territoriales, así como aquello demandado por la sociedad barbateña, facilita el desarrollo de iniciativas endógenas que puedan contribuir a la reactivación de todo el ámbito de estudio y, además, sean perdurables en el tiempo.

BIBLIOGRAFIA

COSCOLLANO RODRÍGUEZ, José (2003). Restauración y rehabilitación de edificios. Madrid, Ediciones Thomson Paraninfo.

CONDE MALIA, Francisco Gabriel (2007). Patrimonio Cultural de Barbate. Cádiz, G.D.R. Litoral de La Janda, vol. I.

FLORIDO DEL CORRAL, David (2013). “Las almadrabas andaluzas bajo el Consorcio Nacional Almadrabetario (1928-1971): aspectos socio-culturales y políticos”, en: SEMATA, Ciencias Sociales e Humanidades. Santiago de Compostela, vol. 25, nº 25, pp. 1-35.

FLORIDO DEL CORRAL, David (2006). “Las almadrabas andaluzas: entre el prestigio y el mercado”, en: CHIC, Genaro (dir.). Economía de prestigio vs. Economía de mercado. Sevilla, Padilla Libros, vol. I, pp. 193-214.

FORNELL FERNÁNDEZ, Juan Manuel (1996). Origen y Evolución de Puerto del Barbate. Sevilla, Empresa Pública de Puertos de Andalucía, Consejería de Obras Públicas y Transportes, Junta de Andalucía.

GARCÍA VÁZQUEZ, Carlos; PICO VALIMANAÑA, Ramón (dir.) (1999). MOMO Andalucía, Arquitectura del movimiento Moderno en Andalucía, 1925-1965. Sevilla, Junta de Andalucía.

HERNÁNDEZ SAN JUAN, José María; HALFFTER, Ernesto (1956). Costas del Sur [documental]. Hermic Films, Arcadia Films S.A.

PIZARRO RÍOS, Juan (dir.). III Muestra Imágenes tradicionales de la pesca, Junta de Andalucía, Consejería de Agricultura y Pesca, Barbate, del 27 de mayo al 6 de junio de 2010.

RÍOS JIMÉNEZ, Segundo (2006). “La gran empresa almadrabetario-conservero andaluz entre 1919 y 1936: el nacimiento del Consorcio Nacional Almadrabetario”, en Historia agraria: Revista de agricultura e historia rural. Murcia, nº 41, pp. 57-82.

ROSAS MANTECÓN, Ana (1998). “La dificultad de conservar”, en: GARCÍA CANCLINI, Néstor (coord.). Cultura y comunicación en la ciudad de México. México, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, pp. 182-203.

TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel (2002). “El patrimonio a arquitectónico y urbanístico como recurso turístico”, en: GARCÍA MARCHANTE, Joaquín Saúl; POYATO HOLGADO, M. Carmen (coord.). La función social del patrimonio histórico: el turismo cultural. Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca.

VELO, Carlos; G. MANTILLA, Fernando (1934). Almadrabas. Consorcio Nacional Almadrabero, 21 min.

Pueblos mágicos.

Una oportunidad de posicionamiento territorial

Jorge Zamora

Jacqueline Correa

Jorge Negrete

Chantal Naudon¹

RESUMEN

El turismo cultural aún no contribuye significativamente al turismo interno ni receptivo, pese a la gran diversidad de paisajes culturales y naturales existentes en Chile. A pesar de faltar una política nacional, existe un significativo potencial turístico de los paisajes culturales y naturales chilenos. El 40% de los turistas extranjeros ingresaron motivados por este tema. Sin embargo, muchos visitantes se van sin conocer al Chile profundo. Por otro lado, el uso descontrolado de los atractivos culturales, amenaza al patrimonio. El uso de destinos sobrecargados calificados oficialmente “exitosos” deteriora significativa e irremediablemente a los recursos involucrados. Tales son los casos de San Pedro de Atacama e Isla de Pascua. El programa Pueblos Mágicos de México (PPMM) podría ser un referente orientador. El gobierno chileno que pretende desarrollar el turismo cultural, está basándose en una eventual adaptación de la iniciativa mexicana. Este trabajo analiza la aplicabilidad de dicha experiencia al desarrollo turístico cultural chileno. Aquí se analiza tal propósito oficial y se desarrolla una metodología para tal fin, basándose en una Investigación-Acción Participativa (IAP), modelos de gobernanza para la puesta en valor de forma sostenible de los recursos patrimoniales. Se concluye que la materialización del turismo cultural sustentable solo es posible sobre la base de un proyecto comunitario y local con identidad asumida y una visión y programa común de futuro que garantice poner a resguardo el patrimonio material vulnerable.

Palabras claves: turismo cultural, paisajes culturales, puesta en valor, sostenibilidad del turismo, gobernanza.

¹ Centro de Investigación en Turismo y Patrimonio de la Región de Valparaíso, CITYP. Emails: jorge.zamora@cityp.cl; jacqueline.correa@cityp.cl; jorge.negrete@cityp.cl; chnaudi@gmail.com

INTRODUCCIÓN

A pesar de existir una gran diversidad del paisaje cultural y natural en Chile, es poco significativa su contribución al turismo receptivo y a buena parte del turismo interno. Así, la actividad turística actual carece de la profundidad necesaria para realizar su potencial. Nuestros periplos vacacionales son altamente concentrados territorial (sol y playa) y temporalmente (enero y febrero) y son de estadias cortas y de escaso gasto diario incluso en un lugar que es Sitio del Patrimonio de la Humanidad, como es el caso del Area Histórica de la ciudad de Valparaíso. Así logramos atraer visitantes, pero en estadias superficiales y no logran conocer al Chile profundo. Por otro lado el patrimonio cultural y natural se ve amenazado por la utilización sin control de los atractivos culturales. Ya existen casos de “destinos turísticos emblemáticos y exitosos” pero cuyos flujos son superiores a la tolerancia, excediendo la capacidad de carga de esos atractivos patrimoniales y produciéndose así deterioros significativos y muchas veces irremediables en los recursos involucrados. La causa básica es la carencia de una política definida y una práctica clara sobre cómo se debiesen poner en valor las diversas dimensiones de estos recursos, pero sin dañarlos y muy por el contrario, aportando a su protección y sostenibilidad.

El gran potencial turístico puede aprovecharse, además del mejoramiento de la planta turística local y de las instalaciones de las empresas que prestan servicios y operan, a través del diseño y puesta en valor de nuevos productos basados en los atractivos culturales y patrimoniales locales. La materialización de este potencial requiere identificar, proteger y difundir tanto el paisaje cultural como la identidad de los pueblos y el carácter específico de cada territorio, junto con el desarrollo orgánico y participativo de todos los actores claves que participan en esta actividad. Al mismo tiempo es preciso identificar, caracterizar y atraer a los segmentos y nichos de mercado que más se beneficiarán con el producto y destino turístico. La tarea es compleja porque requiere no sólo de emprendedores visionarios con las competencias necesarias para insertarse en las cadenas de valor y participar en redes comerciales para acceder a los mercados, sino también el compromiso de las comunidades locales a fin de que éstas asuman roles importantes en este proceso.

El programa Pueblos Mágicos de México, descrito por Salas y Guillén (2013), donde el turismo contribuye con el 8,5% del PIB, se ha constituido en un referente internacional de cómo es posible poner en valor su propia identidad e integrar iniciativas y liderazgos para ofertar pueblos patrimoniales completos al turismo cultural y de este modo crear nuevos ingresos, trabajos estables y cohesionar a la comunidad en pro de objetivos comunes sostenibles que mejoren la calidad de vida y bienestar de su población. No obstante, para obtener el máximo provecho de la experiencia mexicana, es preciso efectuar una cuidadosa adaptación a la realidad chilena. Aunque existe un origen indo-hispánico común, las

diferencias idiosincráticas, institucionales, territoriales, sociales y políticas son sustanciales y requieren de una cuidadosa evaluación para testear empíricamente en casos piloto su aplicabilidad y complemento al proceso chileno de desarrollo turístico.

MARCO TEÓRICO

En esta sección se presentan conceptos que permiten poner en contexto y orientar los significados de este trabajo. Ellos son los conceptos de turismo cultural, paisajes culturales, sostenibilidad del turismo, gobernanza del turismo rural.

TURISMO CULTURAL. **Cultura** es el conjunto de realizaciones humanas que han trascendido en el tiempo y que le permiten al hombre reproducir y crear nuevos conocimientos y valores para la transformación de su medio social y natural. Es un proceso dinámico, de creación y difusión, una visión del mundo que encierra un compromiso socio-histórico y un basamento político-ideológico concreto (Macías, 2012). La **identidad cultural** es la relación individuo-comunidad, en la cual convergen elementos geográficos, históricos étnicos, lingüísticos e ideológicos (Unesco, 1972). Existe una correspondencia con la realidad social, sus expresiones en la vida cotidiana en las imágenes y representaciones sociales de un proyecto que se aspira alcanzar o crear a partir de la sociedad existente, así como en las tradiciones que se heredan y que se transmiten a las nuevas generaciones (Unesco, 2003).

Patrimonio Cultural y Natural. Se refiere al legado de nuestros ascendientes y también a todo lo que traspasamos en herencia a generaciones futuras. Existe también un patrimonio colectivo, de carácter natural o de carácter cultural compuesto por bienes especialmente valorados, que son resultado de la herencia común y que pertenece a todos los seres humanos. El patrimonio es subjetivo y dinámico, y comprenden todas aquellas entidades materiales e inmateriales, significativas y testimoniales de las distintas culturas y los valores que la sociedad en general le atribuye, sin establecer límites temporales ni artísticos. Incluye también las entidades de carácter tradicional, industrial, inmaterial, contemporáneo, subacuático y los paisajes culturales como garantes de un importante valor patrimonial.

PAISAJES CULTURALES. Son la resultante de la morfología territorial que contiene ideas, imágenes, una cobertura cultural y vivencial. Es la capacidad de otorgar sentido cultural a la existencia y, por ello, es la relación con el medio. El artefacto-paisaje es la formalización de una globalidad de factores, elementos y valores. Es una integración de hechos, de miradas, de los ritmos de sus componentes, de perspectivas, de métodos (Martínez de Pisón, 2003).

Unesco ha reconocido a los paisajes culturales como un valor del territorio. Su tipología, según la Convención del Patrimonio Mundial de UNESCO, pueden ser creados por el ser humano, evolucionados orgánicamente, asociativos, vestigios o activos.

Turismo Cultural. Es el turismo basado en los atractivos patrimoniales de las localidades y comunidades visitadas. Su propósito es la comprensión de la historia del hombre a través del tiempo, por medio del conocimiento de su patrimonio material e inmaterial. Chile, cuenta con una gran variedad y diversidad de atractivos culturales, lo que hace propicio el desarrollo y fomento a nivel nacional de este tipo de turismo, que se basa en el interés por conocer más sobre las costumbres, tradiciones, arquitectura y otras características particulares de pueblos ancestrales y modernos. El fomento del turismo cultural requiere de la puesta en valor de los atractivos culturales y naturales locales, mediante la preservación, conservación y mantención de sus características originales, que son las que finalmente motivan al turista a movilizarse. El turismo cultural se mantiene en la medida del fortalecimiento de las identidades de una determinada ciudad, comunidad o sector, oportunidad que permite la valoración y preservación de las riquezas patrimoniales existentes en el país.

GOBERNANZA. Organización y Gobernanza. La gobernanza es una forma de gestionar servicios descentralizados, para la implementación local de políticas nacionales o desarrollar nuevas políticas a nivel local, a través de la relación entre el sector privado y el público. Como tal, comprende a los principales procesos de interacción entre los actores involucrados en un asunto público, en la toma de decisiones y en la formulación de normas sociales, que están presentes en cualquier sociedad. Se pueden observar y analizar a partir de una perspectiva no normativa ni prescriptiva. La metodología de gobernanza es multidisciplinaria y diagnóstica los procesos colectivos, basándose en cinco unidades: problemas, actores, normas, procesos y puntos nodales.

En el sector turismo, Dinica (2009) enfatiza que la gobernanza turística es esencial para un desarrollo sostenible. Beumont y Dredge (2011) modelaron la participación de redes locales de gobernanza para el turismo y Hall (2011) incluyó a la gobernanza en el turismo sostenible. En Chile son raros los casos de gobernanza integrada aplicada un territorio específico con fines de desarrollo turístico. Programas oficiales orientados a fomentar el turismo de fines especiales con contenidos culturales no han sobrevivido. Aunque se han identificado productos-mercados coherentes, no se han logrado organizar sistemas de gobernanza sostenibles en el tiempo después que el subsidio se termina. Ejemplo de ello han sido varios casos de proyectos Innova Corfo, como los realizados en San Pedro de Atacama y Juan Fernández. La falta de integración de los municipios, las comunidades locales en pro de aglutinarse junto a emprendedores y sus agrupaciones alrededor de una

identidad y proyecto común de desarrollo integral. Esta ha sido la mayor debilidad de los programas mencionados.

Dispositivos para la ingeniería de la gobernanza. La aplicación de un programa extranjero, en Chile requiere de la adaptación no sólo en sus aspectos técnico productivos, sino que dispositivos sobre los aspectos relacionales entre los diversos actores componentes del sistema, a fin de co-construir conocimiento a través de la participación. Para ello es necesario planificar tanto los objetivos como en la forma en que ellos son compartidos con la comunidad (Borda, 1981). De esta manera, la práctica de intervención y del aprendizaje social convocan a la reflexión y a la acción colectiva para la transformación de una determinada situación por parte de los actores de territorio (Ministerio de Desarrollo Social, 2009). Dichos enfoques son relevantes para la elaboración del modelo basado en investigación acción participativa, IAP, que refuerza los procesos de planificación con un enfoque integral del territorio (Angeon et al., 2007 CHIA) y permite a los actores locales - públicos, privados y sociedad civil - desarrollar capacidades para asumir los cambiantes desafíos que impone el desarrollo (Lardon et al., 2001).

La puesta en valor de atractivos culturales en el turismo cultural, requiere de un sistema normativo que proteja y prevenga los riesgos previsible de esta actividad sobre el patrimonio cultural local. La salvaguardia internacional, el sistema legal y las disposiciones administrativa y comerciales que se aplican en el sector son sus hitos de protección. Luego la eventual aplicación del PPMM, debería considerar una revisión integral de dichos sistemas además de su aplicación empírica a muy pequeña escala para identificar y controlar sus externalidades.

OBJETIVOS

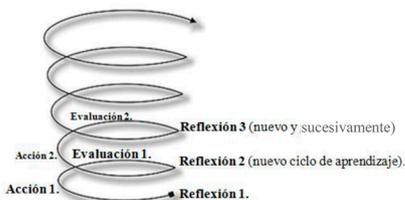
El propósito central de este trabajo es diseñar un modelo de gobernanza para el desarrollo evolutivo de turismo cultural sostenible, basado en programa Pueblos Mágicos de México (PPMM). Los objetivos específicos son analizar la experiencia el PPMM como un modelo de rescate y valoración del patrimonio cultural en el desarrollo turístico; modelar el proceso hacia un turismo cultural sostenible en Chile; y diseñar, aplicar y validar un modelo evolutivo de desarrollo turístico.

METODOLOGÍA

La metodología diseñada incorpora una revisión de las normativas vigentes que pueden contribuir a evitar externalidades negativas del turismo cultural. Además se identifican las diferencias idiosincráticas, institucionales, territoriales, sociales y políticas para eva-

luar la aplicabilidad del PPMM a través de revisión bibliográfica nacional e internacional basada en revistas especializadas de corriente principal; análisis de modelos de gobernanza; diseño de estudios de casos vía metodología Investigación Acción Participativa (IAP). Este desarrollo metodológico se basa en la sucesión permanente de tres etapas mediante las que se produce un saber y una praxis propia. La Etapa I consiste en análisis de la problemática, la II es la acción para poner en práctica acciones definidas en I. En la Etapa III se evalúa la aplicación y consecución de objetivos por la acción. De esta manera, además en un ciclo dialéctico, la generación de conocimiento y transformación se puede simbolizar como un espiral ascendente de aprendizaje. Cada ciclo está constituido por las tres fases descritas, pero el siguiente ciclo comienza con el análisis del contexto ya transformado por una acción previa, que supone ya un escenario diferente al inicial (Figura 1).

Figura 1. Esquema de ciclo de aprendizaje en torno a la metodología de investigación acción participativa (IAP). De esta manera, el proceso de trabajo no se aísla, sino por el contrario, supone la instalación de aprendizajes en la comunidad, de apropiación del ejercicio colectivo y de adopción de nuevas prácticas acordadas por los actores durante el proceso de trabajo, no sólo como resultado final (elaboración propia).



Fuente: Angeon et al., (2007).

La innovación metodológica propuesta para el desarrollo del turismo cultural, además de requerir la participación interactiva como elemento básico de la IAP, se justifica en este ámbito debido a que, entre otros aspectos contribuye a:

- La puesta en valor de las comunidades y sus pueblos mediante el respeto y valoración de su patrimonio cultural y natural.
- La reflexión y difusión de los factores identitarios de los pueblos y sus comunidades.
- La actividad turística es mejor adoptada por la comunidad, así como lo es la apropiación de la conservación de los monumentos y recursos del área (Tosun y Timothy, 2003).
- Limitar los impactos sociales negativos que pudieran derivar del desarrollo de la actividad turística a mediano plazo.
- Posibilitar, sino las buenas relaciones, al menos el conocer las dinámicas entre actores, evitando que la hostilidad entre los mismos sean evidenciadas por los turistas, lo que va en desmedro directo de la actividad turística (Murphy, 1985).

La participación interactiva permite desarrollar mejores planes de turismo, pues se con-

dicen directa y pertinentemente con los intereses y formas de la comunidad y porque el empoderamiento de los actores locales a través de la participación les permite negociar de mejor manera con otras entidades a escala nacional o regional, lo que a su vez aporta a la construcción de una gobernanza territorial, evitando el paternalismo. En este sentido, contribuye a una distribución equitativa de los costos y beneficios generados producto del desarrollo del turismo y aporta tecnología para el diseño de productos turísticos probados eficaces en corto tiempo (Zamora et al, 1998). La participación de los actores en todos los procesos de planificación e implementación constituye un requisito esencial para los procesos de adaptabilidad y dinámica requeridos en una industria que debe adaptarse a los elementos que la influyen (Jamal y Gets, 1995).

Por último, además de los argumentos expuestos, a través de procesos en que la participación de los actores es el elemento central, tal como lo menciona Tosun y Timothy (2003), las comunidades se hacen responsables de los resultados de las decisiones y resultados de los trabajos desarrollados, por cuanto serán ellos, desde sus propias lógicas, quienes los habrán definido e implementado.

Metodología para la interpretación del patrimonio, que permitirá evaluar el estado de conservación del patrimonio cultural y natural al momento de ser ofertado al turismo, que comprende entre otros, entrevistas en profundidad a actores e informantes claves de Sernatur, CNCA y otras instituciones, comunidades locales y empresarios.

Además, se diseña un modelo del proceso de cambio hacia un turismo cultural sostenible en Chile, junto con procedimientos para establecer cómo eventualmente esa iniciativa mexicana podría dinamizar el turismo cultural, pero que la adaptación se manifieste como una expresión propia.

RESULTADOS

La actividad turística es mejor adoptada por la comunidad, así como lo es la apropiación de la conservación de los monumentos y recursos del área (Tosun y Timothy, 2003). Los procesos donde la participación de actores es central, las comunidades se hacen responsables de los resultados de las decisiones y resultados de los trabajos desarrollados, por cuanto serán ellos, quienes los habrán definido e implementado Tosun y Timothy (2003). El PPM puede orientar la materialización de este potencial, que requiere gobernanza aplicada para identificar, proteger y difundir tanto el paisaje cultural y natural como la identidad y carácter específico de los pueblos y del territorio, junto con el desarrollo orgánico y participativo de todos los actores claves que participan en esta actividad. Sin embargo, también deja en evidencia la debilidad normativa chilena.

Normativas Nacionales. La normativa para la protección y salvaguardia del patrimonio cultural en Chile se basa en una compleja institucionalidad sobre el patrimonio cultural y natural. Son numerosos los organismos e instituciones que tienen intervención directa o indirecta sobre él. Este sistema genera una gran dispersión, multiplicidad de competencias y descoordinación para abordar las medidas necesarias para salvaguardia del patrimonio: identificación, documentación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión y revitalización. Ante la compleja realidad, el patrimonio cultural de muchas localidades del país se encuentra en situación de vulnerabilidad y desprotección.

El marco legal vigente en relación al patrimonio cultural comprende varias leyes y normativas, vinculadas principalmente al patrimonio cultural material. El cuerpo legal básico relacionado con la protección del patrimonio material es la Ley de Monumentos Nacionales, N° 17.288 de 1970. Incluye disposiciones sobre la protección del Patrimonio Cultural, ampliando la Ley N° 651 de 1925, que definía la creación del CMN. La ley 17.288 describe los Monumentos Nacionales y los clasifica en las categorías de Monumentos Históricos, Monumentos Arqueológicos, Monumentos Públicos, Zonas Típicas y Santuarios de la Naturaleza. Otro cuerpo legal relevante sobre el patrimonio construido es La Ley General de Urbanismo y Construcciones (LGUC) en su Ordenanza General (OGUC), emanada del Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU). La Ordenanza, (DS 47 Minvu D.O. 19-05-92) en su Título 2, Capítulo I De la Planificación Urbana y sus Instrumentos, señala disposiciones relativas a la definición de áreas de protección de recursos de valor patrimonial cultural o de valor natural y normas urbanísticas relacionadas, en algunos de sus artículos.

Respecto a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, la situación chilena es más imprecisa. No existe una ley específica que integre la regulación de protección, siendo omitida por la legislación vigente. El concepto de patrimonio intangible sólo aparece de forma entendida sólo en la Ley de Bases Generales del Medio Ambiente, en la Ley 19.300 (Ministerio de Medio Ambiente, 2011) que incorpora los componentes socioculturales, asegurando así su protección. Así, el patrimonio cultural inmaterial queda sometido al resguardo de un Estudio de Impacto Ambiental en los proyectos que impliquen alteración en los bienes del patrimonio cultural (Art. 11, letra f). En esta ley se considera como perjudiciales, entre otras disposiciones, el reasentamiento de comunidades humanas o alteración significativa de los sistemas de vida y costumbres de grupos humanos (Art. 11, letra C).

Por otra lado, la Ley Indígena acoge por parte del Estado el “derecho de los indígenas a mantener y desarrollar sus propias manifestaciones culturales” (Art. 7) y establece “el reconocimiento, respeto y protección de las culturas indígenas” (Art. 28), que verifican acciones destinadas a la conservación de los idiomas originarios y al fomento y difusión

de sus expresiones artísticas y culturales. La dispersión y fragmentación de las iniciativas institucionales que promueven su preservación y fomento, la diversidad de políticas que dispersan las acciones, la multiplicidad de definiciones asociadas al patrimonio cultural inmaterial. La diversidad de registros e inventarios son algunas de las dificultades con las que se encuentra la salvaguardia del patrimonio cultural intangible.

No obstante, las disposiciones legales existentes y la adhesión del Estado a los acuerdos internacionales, son insuficientes para establecer una adecuada gestión del patrimonio cultural. La cantidad y dispersión de organismos y legislaciones relacionadas al tema dificultan la aplicación de las leyes y normativas e impiden diseñar políticas que aborden el patrimonio de forma integral. Por otra parte, el centralismo administrativo y la falta de capacidad operativa regional de los organismos estatales son limitaciones en el desarrollo patrimonial efectivo.

Las Zonas de Interés Turístico (Zoit) de la Ley del Turismo (Ley N°20.423) en Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2010), permiten identificar, definir e intervenir en la toma de decisiones en materia de planificación urbana, intervención rural, regulación arquitectónica, histórica y ambiental. También incentivan el desarrollo del turismo en las Áreas Silvestres Protegidas, permitiendo las actividades económicas que sean compatibles con la sustentabilidad del recurso vía planes de manejo. Pero, dicha ley omite al patrimonio cultural, aunque éste queda implícito como atractivo turístico y en la definición del etnoturismo y de planes de promoción turística. Luego, las Zonas de Interés Turístico no constituyen instrumentos de planificación territorial ni de protección ambiental. Ley de Turismo N°20.423 que entró en vigencia en enero del año 2010, en el Título IV, Artículo 13 se establece que: “Los territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de éstos, que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado, podrán ser declarados Zonas de Interés Turístico”.

Artículo 17 explicita: “Las Zonas de Interés Turístico tendrán carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como asimismo para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios”.

El hecho de declarar una de Zona de Interés Turístico no tiene relación con el establecimiento de medidas de protección legal para el sector involucrado, sino fortalecer y potenciar la inversión turística pública y privada en éstas áreas. Efectivamente son un instrumento dirigido a conseguir un mayor desarrollo e inversión, tanto pública como privada de cada sector, para potenciarlo turísticamente.

Excepcionalmente, el Consejo de Monumentos Nacionales publicó una guía del visitante, con recomendaciones y normas básicas de comportamiento del turista durante las visitas a los lugares patrimoniales. El texto informa sobre la legislación vigente y las sanciones a las que se exponen los visitantes en caso de dañar, sustraer o sacar del país objetos o elementos protegidos por la ley. Lamentablemente dicho documento es de escasa circulación.

Además de las limitaciones legales, otro problema crítico es la falta de recursos destinados a la conservación de bienes materiales del patrimonio, principalmente de edificaciones de propiedad privada. En nuestra actual legislación se constata ausencia de beneficios tributarios o financieros para propietarios de tales bienes. La realidad indica que sin recursos, la conservación y mantención de estos bienes se ve amenazada. Esta degradación propicia a la vez la pérdida de los sistemas de vida, las costumbres y las identidades de sus habitantes.

Actualmente se encuentra en el parlamento una propuesta de ley que modifica la institucionalidad vigente asociada a la cultura y al patrimonio mediante la creación del Ministerio de Cultura y Patrimonio y una propuesta de modificación de la ley de Monumentos Nacionales. Es creciente la inquietud de las organizaciones sociales representantes de la ciudadanía organizada se están oponiendo a las modificaciones presentadas, objetando entre otras consideraciones, la falta de participación e inclusión de la ciudadanía en las propuestas.

Regulación Internacional sobre el Turismo Cultural. Aunque es abundante la documentación en normativas internacionales relevantes, aquí se incluyen las dos de mayor significancia. Ellos son la Carta Internacional sobre el Turismo Cultural (Unesco, 1999) y la Carta de Turismo Sostenible (Unesco, 1995). El primero establece la importancia de la actividad turística como motor de desarrollo económico de las comunidades un valioso aporte para la preservación del patrimonio cultural y natural, siempre y cuando su gestión sea la adecuada. El patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del turismo, pero cuando es excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el simple crecimiento, ponen en peligro la naturaleza física del Patrimonio, su integridad y sus características identificativas. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que las propias experiencias de los visitantes (Unesco, 1995 y 1999).

El segundo documento insta a los países a desarrollar una actividad turística respetuosa con el medio ambiente y con el patrimonio cultural, que tenga en cuenta el carácter no renovable de gran parte de los recursos naturales y culturales de los que hace usufructo y que implemente acciones y programas tendientes a asegurar la sustentabilidad de dichas actividades.

Modelo Del Proceso Del Turismo Cultural Sostenible. Un esbozo del proceso de cambio desde el atractivo hasta el Producto y Destino Turístico sostenible, basado en la analogía del emprendimiento individual al emprendimiento local:

Un emprendedor local requiere sortear un conjunto de vallas para poder concebir, organizar y materializar iniciativas de turismo cultural. El proceso incluye desde imaginarse, conocer e interesarse por esta actividad hasta el punto de crearla viable y para sí, asumirla como su propio proyecto de crecimiento. Entre otros aspectos, el emprendedor debe conocer el mercado, las necesidades del turista y cómo diseñar un producto diferenciado a un buen nivel de calidad, articular sus propios recursos, además de capacitarse, debe establecer sus propias necesidades de adecuación de su infraestructura para ofrecer servicios a futuros visitantes, obtener los permisos oficiales para operar comercialmente. También debe integrar cadenas de valor con proveedores de servicios y abastecimiento y distribuidores y agentes y a organizaciones asociativas gremiales y locales (cámaras de turismo, juntas de vecinos, etc.). En todo este camino, el emprendedor va adquiriendo experiencia y nuevas competencias sobre cómo manejar su negocio y calcular sus utilidades y cómo diferenciarse de su competencias y cómo colaborar con su competencia para ofertar mejores servicios esperados por los turistas. El sustento de dicha oferta turística está basada en recursos culturales locales, en el empleo de artesanos y trabajadores locales. Además sus actividades estarán siempre enmarcadas en un contexto cultural que se debe proteger y cautelar para evitar efectos negativos en deterioro del patrimonio local.

Un pueblo o localidad, que descubre su potencial y vocación turística tendrá que pasar por un proceso de varias etapas hasta que materialice tal objetivo estratégico. En el proceso participan sus residentes, autoridades locales (alcalde y concejales) instituciones del gobierno (Sernatur, Fosis, Sercotec, Corfo, Bienes Nacionales, Conaf, entre otros) sobre la materialización del potencial turístico, así como instituciones que controlan la sanidad y seguridad (Servicios de Salud, Carabineros de Chile) y otros que intentan poner a resguardo el patrimonio local (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Consejo de Monumentos Nacionales). La sostenibilidad y la protección del patrimonio y la cultura se lograrán sólo si existe un proyecto común (público-privado-comunitario) que beneficie a todos los participantes. Esto debe ser organizado sobre la base de una gobernanza participativa e integral. Luego una adaptación del programa de

los Pueblos Mágicos a Chile, exige entre otros, un enfoque analítico e integral al territorio, para poder lograr un desarrollo sostenible.

Así, la categoría de “pueblos mágicos debería ser un reconocimiento a los habitantes que han sabido guardar la riqueza cultural e histórica”. Esto crearía consciencia para apoyar la valorización del patrimonio material e inmaterial. De esta manera, se logrará revalorar, consolidar y reforzar los atractivos turísticos de localidades del país que presenten ofertas en turismo de intereses especiales. Son los propios atributos del patrimonio material e inmaterial los que justifican su protección y resguardo. Sólo recursos patrimoniales que pueda mostrarse en forma segura se pondrá en valor para satisfacer la demanda de los visitantes nacionales y extranjeros que buscan un turismo con nuevas propuestas basadas en la propia identidad de los lugares y sus lugareños.

La adaptación del programa Pueblos Mágicos de México deberá resguardar la cultura ambiental en las localidades y sus visitantes. Así, el conjunto de ideas, conocimientos, sentimientos, necesidades, tradiciones y hábitos de conducta guiarán a los actores sociales para que se integren y participen de forma responsable y comprometida en las acciones que preserven y desarrollen su medio natural y social. Este aporte es vital para la sostenibilidad del producto. Los pueblos que obtengan la categoría de “Pueblos Mágicos” y que atraigan turistas se transformarán en pueblos “hitos” dentro de las rutas operativas y registradas oficialmente.

CONCLUSIONES

En la compleja tarea del desarrollo sostenible, siempre es bueno tener referencias de experiencias foráneas que, de maneras originales hayan resuelto las principales limitantes al crecimiento balanceado y equitativo, a la vez que se hacen cargo de las externalidades de las actividades económicas por sobre las comunidades, la cultura y el patrimonio local. El conocimiento más íntimo de políticas aplicadas en otros contextos contribuyen a abrir el espectro de posibles soluciones a las trabas encontradas en programas oficiales en curso y eventualmente podrían orientar cómo resolverlas. En México, hace décadas que se aplica un sistema coherente que protege su patrimonio inmaterial y el PPMM esencialmente refuerza su patrimonio inmaterial. Sin embargo, en Chile es esencial, probar dicha iniciativa gradualmente y con cautela en estudios de casos de menor escala y en diversas etapas del desarrollo del turismo cultural bajo un sistema de gobernanza que asegure la participación local a la vez de involucrarlos en la protección del patrimonio en todas sus dimensiones. Paralelamente, es urgente revisar y reforzar el marco regulatorio que cautelan los recursos patrimoniales para poder desarrollar un turismo cultural sostenible en Chile.

BIBLIOGRAFÍA

Angeon V., Moquay P., Lardon S. Loudiyi S., Poss Y., Pivot J.M., Caron A. (2007) “Le développement territorial: principes et méthodes”, In Lardon S., Moquay P., Poss Y. (dir.), Développement territorial et diagnostic prospectif. Réflexions autour du viaduc de Millau. L’Aube, La Tour d’Aigues, 27-59.

Avalos, H. y Ladrón de Guevara, B. (2000). El patrimonio cultural como bien de consumo: el caso Petorca. Revista Conserva, Número 4. Santiago de Chile: Centro Nacional de Conservación y Restauración, DIBAM.

Beaumont N. y Dredge D. (2010) “Local tourism governance: a comparison of three network approaches”. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 18, N°1, pp 7-28

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, (2010), “Ley Indígena N° 19.253 Establece Norma sobre protección, Fomento y Desarrollo de los Indígenas, y crea la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena”. [<http://www.conadi.gob.cl/documentos/LeyIndigena2010t.pdf>, consultado en mayo 2014].

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2010), “Ley del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo”. Turismo (Ley N° 20.423), [en <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1010960>, consultado en mayo 2014].

Borda F. (2008) “Orígenes universales y retos actuales de la IAP (Investigación-Acción-Participativa). Peripecias. [En <http://www.peripecias.com/mundo/598FalsBordarigenesRetosIAP.htm>, Consultado 14.08.2011]

Chia, E.; Dulcire, M. & Piroux, M. (2008). What connection is there between the learning process and territorial governance? The “SAC” example on Reunion Island. Int. J. Sustainable Development, Vol. 11, No. 2-3-4, pp.171–186, ISSN 0960-1406.

Cnca . <http://www.cultura.gob.cl/patrimonio/turismo-cultural/>.

Conama, Comisión Nacional Del Medio Ambiente. 2005. Estrategia Nacional De Biodiversidad y Convenios Internacionales. Estrategia Nacional De Biodiversidad. Documento Oficial.

Conama. (sin fecha). Sitios Prioritarios para Conservar la Biodiversidad www.sinia.cl/1292/articles-3

Consejo de Monumentos Nacionales Guía del Visitante para la Protección del Patrimonio Cultural”. Folleto (sin fecha).

Consejo Nacional De La Cultura y Las Artes. (2010) “Elaboración y Diseño del Plan Nacional de Turismo Cultural en Chile”. <http://ww2.portalpatrimonio.cl/uploads/file/cdocDocumentos/PNTCS-2010.pdf>.

Cornejo, L. (2013). “Turismo Sustentable: Un modelo de Planificación”, Editorial Universidad de La Serena, Primera Edición, ISBN 978-956-7393-78-7. Chile.

Cortina, J. (2006). Identidad, identificación, imagen. México: Fondo de Cultura Económica.

Dinica, V. (2009). Governance for sustainable tourism: A comparison of international and Dutch visions. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(5), 583-603.

Dredge, D., and Whitford, M. (2011). Event tourism governance and the public sphere. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 479-499.

Dulcire M., Chia E. and Piraux M. (2012). The Multi-Functionality of Agriculture and Territorial Governance – A Learning Process in an Island Environment (Réunion). Chapter 3 in *Rural Development – Contemporary Issues and Practices*. [www.intechopen.com] Edited by Rashid Solagberu Adisa, 408 pages, InTech Publisher.

Hall, M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships* (2d ed.).

Lewin, K. (1946): “Action research and minority problems”; *Journal of Social Issues* 2 (4): 34-46.

Macías R. (2012) *El Trabajo Sociocultural Comunitario. Fundamentos Epistemológicos, Metodológicos y Prácticos para su Realización*. Universidad de Las Tunas “Vladimir I. Lenin”.

Molina, S.. (2012). “TURISMO CREATIVO”. Auto editado.

OMT (2013). El turismo puede desempeñar un papel importante en la conservación y promoción de bienes culturales y naturales.

OMT (1997). *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*. December.

Salas, I., y Guillén, M. (2013). “Pueblos mágicos: estudio de la identidad cultural e imag-

inarios sociales de los habitantes de El Fuerte, Sinaloa y Álamos, Sonora.” Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte. Vol. IV N°3.

SERNATUR (2012). Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. [en <http://www.sernatur.cl/estrategia-nacional-de-turismo>]

SERNATUR, (2008). TIE cultura y naturaleza.

Simoulin V. (2007) La gouvernance: dynamiques discursives, stratégiques et organisationnelles. In R. Pasquier, V. Simoulin & J. Weinstein (eds) La gouvernance territoriale. Pratiques, discours et théories. L.G.D.J., Paris.

Unesco (2003). Convención Internacional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Unesco 2008 Convención Internacional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Unesco (1972) Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Paris.

Unesco (2003) Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial Artículo 2: Definiciones.

Sitios web consultados:

<http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/04/01/turismo-mexico-aporta-hasta-85-pib-cisc>

<http://www.chilesustentable.travel/noticias/un-40-de-los-turistas-internacionales-visita-chile-por-sus-atractivos-culturales/>

Innovación turística y gestión regional para el departamento de Boyaca - Colombia ¹

Paola Carolina Gama Granados²

Resumen

Esta ponencia hace parte del proyecto estudio de factibilidad para la creación del Centro de Innovación Turístico Sostenible para el departamento de Boyacá – Colombia, es una Estrategia de Planificación y Gestión Turística regional, ya que constituye un aspecto fundamental para contribuir a la cualificación de la actividad turística en el departamento y lograr su competitividad para que a futuro se convierta en un destino sostenible. Esta ponencia da a conocer la importancia de planificar la actividad turística en el departamento a través de la innovación y la gestión como alternativas de desarrollo regional como aporte a la comunidad Boyacense.

Palabras claves: Centro de Innovación Sostenible, gestión regional, planificación y competitividad.

¹ Esta ponencia hace parte del proyecto titulado “ estudio de factibilidad para la creación del Centro de Innovación Turístico Sostenible para el departamento de Boyacá” que actualmente se adelanta dentro del marco del Programa de Jóvenes Investigadores 2014 avalado y financiado por Colciencias Convocatoria N°615 del 2013, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y la Cámara de Comercio de Duitama.

² Grupo de Investigación para la Animación Cultural “Muisuata” Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Cámara de Comercio de Duitama Paogam49@gmail.com
Paola.gama@uptc.edu.co

Marco Teórico

En Colombia existen iniciativas por parte de Colciencias en el financiamiento y apoyo a Universidades y el sector empresarial para la creación de *Centros de Desarrollo Tecnológico* (CDT's) los cuales hacen referencia a la incursión de centros de investigación tecnológica industrial (Industrial Technology Research Institutes, ITRI's, en nomenclatura internacional), además a *centros de investigación agropecuaria* (CENIS) y a *centros de investigación en tecnologías transversales*. Estos centros son entidades sin ánimo de lucro, con personería jurídica propia, que contemplan en su objeto social la ejecución de actividades científicas y tecnológicas (ID, capacitación, servicios científicos y tecnológicos) enfocados en las tecnologías relevantes para uno o varios sectores productivos o actividades económica, para lo cual establecen vínculos directos con empresas, universidades, entidades gubernamentales y organizaciones que persiguen fines similares o complementarios. La denominación de CDT es genérica y puede aplicarse a entidades de muy diversa naturaleza, incluso a algunos centros de desarrollo productivo y otras instituciones similares que cumplan con las características antes señaladas. (Colciencias, 2014)

Los centros Regionales de Productividad (CRP's), que se distinguen de los anteriores en que su objeto son las tecnologías genéricas, son en gran medida transversales a varios sectores o actividades económicas. Estos centros están también llamados a desempeñar una misión de promoción del desarrollo de las capacidades regionales de la ciencia y tecnología de articulación de conglomerados productivos o clusters. (Colciencias, 2014)

Es de resaltar que también en Colombia existen propuestas relacionadas con las *Incubadoras de Empresa de Base Tecnológica* (IEBT's) tienen la función en los sistemas de innovación de crear espacios y ambientes propicios para la innovación tecnológica emerge a través de nuevas empresas o nuevas unidades de negocio en empresas existentes. De esta forma, las incubadoras contribuyen a regenerar el tejido industrial, crear nuevas oportunidades de trabajo calificado, aumentar la competitividad sectorial, abrir nuevos mercados y dinamizar la economía regional.

En este sentido, con lo que respecta a la actividad turística en Colombia no existen iniciativas de Creación de Centro de Innovación Turístico Sostenible que brinde un espacio para contribuir a la formación, asesoría, investigación científica, tecnológica y sostenible que involucre y/o articule a los actores de la actividad como prestadores de servicios turísticos (alojamiento, gastronomía, animación); entes gubernamentales (alcaldías, secretarías de turismo y cultural, etc); Academia (Instituciones educativas de Educación media, Universidades, Grupos de Investigación y Centros de Investigación), y por supuesto lo fundamental y primordial la comunidad quienes son el actor principal.

La innovación social y la sostenibilidad pueden interpretarse como procesos de mejora continuo en la intervención de los diferentes problemas que afectan a la calidad de vida de cualquier comunidad, con miras a optimizar recursos y lograr un mayor y mejor impacto. Así lo reconoce una de las principales organizaciones que ha abordado el tema en América Latina, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que define la innovación social como los “nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios” (Tobon, 2012).

Los Centros de Innovación Turística Sostenible, como estrategia para cualificar la actividad turística surgen dentro de contexto de promoción de la innovación social, este puede enmarcarse en el ámbito de innovación de productos y/o servicios como de procesos, con una elevada participación de activos intangibles, comprendiendo acciones como es el caso de iniciativas, proyectos, instrumentos, entre otros, que pueden contribuir a mejorar el bienestar social y/o cohesión social.

Los Centros de Innovación Turística Sostenible, como estrategia para cualificar la actividad turística surgen dentro de contexto de promoción de la innovación social, este puede enmarcarse en el ámbito de innovación de productos y/o servicios como de procesos, con una elevada participación de activos intangibles, comprendiendo acciones como es el caso de iniciativas, proyectos, instrumentos, entre otros, que pueden contribuir a mejorar el bienestar social y/o cohesión social y plantean, en definitiva, la no resignación ante situaciones como la exclusión, el hambre y la pobreza, el cambio climático... como “un mal menor inevitable”.

La innovación social puede interpretarse como un proceso de mejora continuo en la intervención de los diferentes problemas que afectan a la calidad de vida de cualquier comunidad, con miras a optimizar recursos y lograr un mayor y mejor impacto. Así lo reconoce una de las principales organizaciones que ha abordado el tema en América Latina, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que define la innovación social como los “nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios” (Tobón, 2012)

De otro lado, la Escuela de Negocios de la Universidad de Stanford define la innovación social como una “solución que resulta novedosa, efectiva, eficiente, sostenible y justa para una necesidad o problema social; y que es mejor a las aproximaciones existentes, atacando problemas de la sociedad como un todo y no de un solo sector de individuos”

(Innoexplora, 2012). Como puede verse, esta definición, al igual que la elaborada por otros actores, incluye no sólo los modelos eminentemente nuevos, sino también los cambios que se hacen a los procesos existentes. De ahí que no pueda perderse de vista aquellas iniciativas que mejoran la eficacia de las acciones emprendidas por los diferentes actores, tanto del sector público como del privado, con miras a mejorar la calidad de vida de una población determinada. (Tobon, 2012)

Como características que presentan los procesos de innovación social, está la búsqueda conjunta de impacto social desde cinco puntos de vista: la generación de redes de apoyo financiero a procesos colectivos, la promoción de alianzas público-privadas, la consolidación de iniciativas multisectoriales, la instalación de redes sociales comunitarias, y la construcción de agendas comunes con las comunidades. Es así como cualquier proceso de innovación social, debe medirse desde la capacidad que tiene de cumplir estas cinco condiciones, de manera que sea la propia comunidad la que genere su dinámica de trabajo, donde el eje fundamental es la formación y la planificación de los procesos, para nuestro caso los procesos de la actividad turística.

En este sentido, existen también Centros de Innovación Social asociados a la actividad Turística como es el caso en España que se encuentra el *Centro de Innovación Turística de Andalucía (CINNTA)* la cual es una entidad de desarrollo tecnológico en el ámbito regional que nace con la vocación de integrar y aglutinar los esfuerzos del sector público, privado y academia entorno a un objetivo común: potenciar la competitividad del sector turístico andaluz mediante procesos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i). Para alcanzar su objetivo el Centro ha definido tres líneas principales de actuación: *Una*, Impulsar procesos de I+D+i, *Dos*, Impulsar la transferencia de conocimiento y la cultura de la innovación y *Tres*, Convertirse en lugar de encuentro, reflexión y debate sobre el conocimiento turístico.

En España, también, se encuentra en su capital el Centro de Innovación Turística Villa San Roque de la Sierra Norte, es un espacio donde se combinan servicios de información, promoción y formación, brindado de esta manera apoyo a la oferta turística del sector, asesoramiento a entidades locales y profesionales implicados en el desarrollo de la zona y además cuentan con una plataforma de información y formación. Participan en este centro las entidades locales, profesionales turísticos y visitantes.

Existen además otras iniciativas de Centros de innovación Turística como es el caso en Chile, México y Perú. En Chile está el *Centro de Innovación Vitivinícola y Turística de Andes Wines* se enfoca a realizar proyectos relacionados a Responsabilidad Social Empresarial, gracias a la alianza estratégica con AndesOne-RSE, consultora especializada en

estos temas, además de implementar estrategias de Design Thinking, gracias a una alianza estratégica con la empresa Ideazzone S.A., y se focalizan en la formación a realizar talleres y capacitaciones a empresas y municipalidades que tienen el foco del turismo, la gastronomía y el vino entre sus directrices. Además le apuestan a la comercialización y consultoría para el desarrollo de Productos Turísticos, además de desarrollar asesoría en la implementación de viñedos y viñas a cargo del área enológica y vitícola, cuyos beneficiarios principales son empresas, emprendedores e inversionistas.

En Colombia se encuentra la iniciativa en Antioquia de un *Centro de la Innovación, la Agroindustria y el Turismo* que pretende ser líder en la prestación de servicios tecnológicos para la gestión del conocimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico agroindustrial y turístico con el propósito de elevar la productividad y competitividad socio-empresarial hacia el desarrollo sostenible, incluyente y equitativo, dicho centro lo lidera el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA- Antioquia.

Además se identifica en el país una iniciativa de un grupo de jóvenes que crea una agencia denominada TURISTIC que buscan por medio de la tecnología y la innovación asegurar la competitividad del sector turístico en Colombia”. A través de los experimentos de innovación y tecnología han buscado la creación de identidad digital para destinos, se han incluido bloggers de viaje en la estrategia de comercialización y se ha trabajado de la mano de proveedores con estrategias innovadoras de marketing digital turístico. Si bien es una iniciativa innovadora se enfocan en solo medios tecnológicos para el diseño de productos, contenidos digitales, marketing turístico en destinos brindando asesoría y consultoría a empresarios.

Por ende, realizar el estudio de factibilidad para la creación del Centro de innovación Turística sostenible en Boyacá - CITSB es de vital importancia debido a que el departamento es considerado hoy en día como un destino turístico para diversas regiones del país, gracias a su diversidad y potencialidad, ya que en su entorno existen atractivos naturales, culturales e históricos con los cuales el Plan de desarrollo 20012 -2015 “Boyacá se atreve”, se ha comprometido con la meta de convertir al departamento como destino turístico de clase mundial.

En este sentido, el estudio de factibilidad permitirá identificar las posibilidades para la creación del Centro de Innovación Turístico Sostenible para el departamento de Boyacá, así como, permitirá establecer las estrategias más adecuadas para su implementación.

CITSB en Boyacá será un espacio para promover iniciativas de desarrollo local originadas desde la academia a partir de la investigación (propuestas, proyectos e iniciativas),

generadas con los prestadores de servicios turísticos de la región (alojamiento, gastronomía y animación) y las entidades públicas que trabajan en la actividad turística para brindar un espacio de planificación, gestión y de interacción de dichos actores involucrados con el fin de aportar al fortalecimiento y cualificación del servicio.

El CITSB, pretende aportar y contribuir a lo que ha denominado las Siete Maravillas de Boyacá para el Mundo, que consiste en un recorrido por siete polos de potencial desarrollo, que más allá de la generación de turismo, deben consolidar procesos de crecimiento económico que contribuyan a la mitigación de la pobreza. Estos polos son: la Sierra Nevada del Cocuy, el Lago de Tota, el Piedemonte Llanero, el Occidente, y las riquezas históricas y culturales de Villa de Leyva, Tunja y Paipa, desde luego el CITSB debe ir de la mano con esta propuesta del departamento.

No obstante, la problemática turística en Boyacá se evidencia por la desarticulación entre los actores, y una débil formación sobre lo que significa los procesos de calidad y prácticas sostenibles para destinos turísticos, además de la gran debilidad en la ejecución de estudios que permitan tomar decisiones ajustadas a la realidad, aunque en años anteriores se han llevado a cabo algunas investigaciones de mercado que han arrojado productos turísticos que necesitan ser definidos y priorizados.

Así, el Estudio de factibilidad para la creación *del Centro de Innovación Turística Sostenible de Boyacá, una Estrategia de Planificación y Gestión Turística regional*, constituye un aspecto fundamental para contribuir a la cualificación de la actividad turística en el departamento y lograr su competitividad para que a futuro se convierta en un destino sostenible.

Objetivos

Objetivo General

Realizar el estudio de Factibilidad para la creación del Centro de Innovación Turística Sostenible para Boyacá como una estrategia de planificación y gestión regional.

Objetivos Específicos

- Constituir el estado del arte sobre Centros de Innovación Turística Sostenible.
- Elaborar los estudios de mercado, técnico y financiero para el Centro de Innovación Sostenible.
- Plantear la viabilidad de la creación del Centro de Innovación Turística Sostenible para Boyacá.

Metodología

El enfoque de investigación que privilegia esta propuesta es el cualitativo por cuanto se orienta a “hacer una aproximación global de las situaciones sociales para explorarlas, describirlas y comprenderlas de manera inductiva. Es decir, a partir de los conocimientos que tienen las diferentes personas involucradas en ellas y no deductivamente” (Bonilla, 1989).

El tipo de investigación es descriptiva, ya que permite llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

La *unidad de análisis* la constituyen: visitantes, prestadores de servicios turísticos de Boyacá, y organizaciones públicas y privadas que se quieran vincular, identificadas a partir de la realización de un estudio estadístico.

Esta propuesta de investigación se desarrolla en tres momentos:

Primer momento: constitución del estado del arte sobre centros de innovación turística sostenible. Permitirá, *primero*, profundizar teórica y metodológicamente sobre centros de Innovación turística Sostenible y *segundo*, identificar las experiencias nacionales e internacionales que se están adelantando sobre centros de Innovación turística.

Segundo Momento: Elaboración de Estudios de Factibilidad: que se desarrollaran en tres etapas:

Primera etapa Estudio de demanda: que permitirá evidenciar la demanda (nicho de mercado, perfil del visitante, tipo de demanda) e Identificar estrategias de promoción y publicidad del Centro de Innovación Turística Sostenible;

Segunda etapa: Caracterización de las experiencias sobre Centros de Innovación Turística Sostenible.

Tercera etapa: Estudio Técnico: (matriz de procesos y servicios, ubicación, características, servicios complementarios).

Cuarta etapa: Estudio Financiero: (Presupuestos, Estados financieros y análisis financiero)

Tercer momento: viabilidad de la Creación Del Centro De Innovación Turística Sos-

tenible para Boyacá. Criterios de administración y gestión del Centro de Innovación Turística Sostenible, elaboración del plan de trabajo para la implementación del centro.

Los instrumentos que se utilizarán son: Guías de Entrevistas, Guías de encuestas, guías de talleres para prestadores de servicios turísticos y emprendimientos locales del departamento de Boyacá

Resultados

- Corpus Documental de las experiencias e investigaciones de Centros de innovación Turística
- Base de datos de las experiencias nacionales e internacionales de centros de Innovación turística. Análisis de Ubicación, Objeto, implicados, servicios, etc.
- Estructura de Encuesta y aplicación de la misma a Prestadores y autoridades de Valle de Tenza en taller de Socialización del Grupo Muisuata en Somondoco. (26 Abril de 2014)
- Aplicación de Encuesta en el I foro de Competitividad Regional en Tunja – Boyacá (13 mayo 2014)
- Tabulación de resultados de Encuestas hasta el momento aplicadas.

Conclusiones

El Estudio de factibilidad para la creación *del Centro de Innovación Turística Sostenible de Boyacá, puede llegar a ser una Estrategia de Planificación y Gestión Turística regional*, constituye un aspecto fundamental para contribuir a la cualificación de la actividad turística en el departamento y lograr su competitividad para que a futuro se convierta en un destino sostenible.

Existen en el mundo diversas iniciativas de Centros de innovación de diferentes disciplinas que buscan un interés económico, social, científico y/o tecnológico. Por lo tanto es necesario identificar aquellas experiencias exitosas para generar de redes de apoyo socioeconómico, cultural y ambiental a procesos colectivos de conformación de un centro de innovación turístico sostenible en el departamento de Boyacá, debido a que se han logrado iniciativas de proyectos turísticos en el departamento.

Es fundamental tener claridad sobre los criterios necesarios para la creación e implementación del Centro de Innovación Turística Sostenible en el departamento de Boyacá de acuerdo a las necesidades y condiciones del contexto de la región.

Referencias Bibliográficas

Alfonso, N. (2012) Programa Colegios Amigos del Turismo, Un Aporte a la Formación y al Desarrollo Humano y Local en el departamento de Boyacá. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – Grupo de Investigación Muisuata. Duitama.

Ablturismo (s.f) Lanzan centro de innovación vitivinícola y turístico en Quilicura, Santiago Recuperado en: <http://www.ablturismo.com/lanzan-centro-de-innovacion-vitivinicola-y-turistica-en-quilicura-santiago/>. Fecha de Acceso: Mayo de 2014.

Centro de Innovación Turística – Andalucía Lab. (2012). Recuperado En: <http://www.andalucialab.org/>. España. Fecha de acceso: Abril de 2014)

Córdoba, M. (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Ed. ECOE. Bogotá.

Fernández, S. (2007). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. Ed. Tecnológico de Costa Rica. Cartago. Costa Rica. Fecha de acceso: 30 de Noviembre 2013

Gama, P. & Mojica, B. (2010) La investigación en Turismo, Una Visión desde la Escuela de Administración Turística y Hotelera (1986 – 2009). Trabajo de Grado de la Escuela de Administración Turística y Hotelera de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Fecha de acceso: 20 Octubre de 2013

Gobernación de Boyacá. (2013) Plan de Desarrollo Departamental (2012 – 2015) “Boyacá se Atreve”. Recuperado en: <http://www.boyaca.gov.co/?idcategoria=28669>. Boyacá. Fecha de acceso: 21 febrero de 2014

SENA (2013). Centro de de la Innovación, la agroindustria y el Turismo. Recuperado en:<http://senaoriente.blogspot.com/>. Fecha de acceso: 06 de marzo de 2014.

Tobón, S. (2013). “La innovación social: herramienta clave para la inclusión”, Centro de Pensamiento social. Recuperado en: <http://innoexplora.fundacionctic.org/2012/09/21/la-innovacion-social-herramienta-clave-para-la-inclusion/>. Fecha de acceso: 05 de Febrero de 2014

POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMPETITIVIDAD E INNOVACION: UN ANALISIS CRÍTICO DE LOS CLUSTER DE TURISMO EN CHILE.

Dr. Rodrigo Figueroa Sterquel¹

Alejandra Vidal Bravo²

Dr. Alejandro Corvalán Quiróz³

Msc. Jorge Negrete Sepúlveda⁴

Dr. Eduardo Chia⁵

Resumen:

Los gobiernos buscan, hoy el crecimiento económico, de ahí la importancia de fomentar la competitividad de las empresas como la de los territorios. En Chile este objetivo se ha traducido en: i) La renovación de las políticas de desarrollo territorial; ii) El enfoque de cluster como estrategia de territorialización de la política; III) La identificación del turismo como potencial de desarrollo territorial. Estos objetivos hacen resaltar la necesidad de (re) pensar las cuestiones de gobernanza territorial y la evaluación de las políticas como así también de su continuidad estratégica. Los fundamentos teóricos y metodológicos pueden resumirse en: los territorios turísticos que innovan son competitivos; el cluster es un instrumento de territorialización de la política pública y la gobernanza tiene como objetivo la construcción de proyectos territoriales. Podemos, entonces, interrogarnos sobre la adecuación entre los instrumentos de territorialización de las políticas públicas y los resultados esperados de ellos y su aplicación, en términos de innovación y sostenibilidad de la misma en los territorios. Esta problemática está siendo trabajada en el marco de un proyecto ECOS-CONICYT C12H02 (2013-2015), que tiene como principal objetivo un análisis comparativo entre la experiencia chilena de cluster y la experiencia francesa de Polos de Excelencia Rural (PER). En Chile quedan abiertas las interrogantes sobre los procesos de aprendizaje territorial con la aplicación de la política pública de cluster turísticos. También, la evaluación expos de los efectos territoriales.

Palabras clave: Políticas públicas de competitividad e innovación (PPCI), cluster, turismo, gobernanza, aprendizaje, territorialización.

1 Profesor Auxiliar Instituto de Geografía PUCV, Investigador Ecos-Conicyt, e-mail: rodrigo.figueroa@ucv.cl

2 Geógrafa, Investigadora Ecos-Conicyt, e-mail: amanque@gmail.com

3 Profesor Instituto de Geografía PUCV, Investigador Ecos-Conicyt, e-mail: alejandro.corvalan@ucv.cl

4 Profesor Titular Instituto de Geografía PUCV, Investigador Ecos-Conicyt, e-mail: jnegrete@ucv.cl

5 Director de Investigación, INRA, Francia, e-mail: chia@supagro.inra.fr

Abstract: *Governments seek, today, the economic growth, so import both the competitiveness of companies and the tourist areas. In Chile this objective has resulted in : i) The renewal of territorial development policies , ii) The “cluster” approach as a strategy of territorial policy , iii) Identification of tourism as potential development spacial, IV) The requirement governance to manage the strategy, and V) the evaluation of policies and strategic continuity. The theoretical and methodological foundations can be summarized as: the tourist regions that innovate are competitive, the instrument cluster is a territorialization of public policy and governance aims territorial building projects. We can, then, we wonder about the adequacy of the instruments of territorial public policy and the expected results and their application of them in terms of innovation and sustainability in the same territories. This problem is being worked as part of a C12H02 ECOS-CONICYT (2013-2015) project, whose main objective is a comparative analysis between the “cluster” Chilean experience of the French experience of Poles of Excellence Rural (PER) . In Chile the questions on the processes of spatial learning with the application of the public policy of tourism “cluster” are open. Also, the evaluation of the spatial effects exposed.*

Key words: Policy public of competitiveness and innovation, cluster, tourism, governance, learning, spatialization.

Introducción

Los gobiernos buscan, hoy el crecimiento económico, de ahí la importancia de fomentar la competitividad de las empresas como la de los territorios. En Chile este objetivo se ha traducido en: i) La renovación de las políticas de desarrollo territorial; ii) El enfoque de cluster como estrategia de territorialización de la política; III) La identificación del turismo como potencial de desarrollo territorial. Estos objetivos hacen resaltar la necesidad de (re)pensar las cuestiones de gobernanza territorial y la evaluación de las políticas como así también de la continuidad estratégica. Los fundamentos teóricos y metodológicos pueden resumirse en: los territorios turísticos que innovan son competitivos; el cluster es un instrumento de territorialización de la política pública y la gobernanza tiene como objetivo la construcción de proyectos territoriales. Podemos, entonces, interrogarnos sobre la adecuación entre los instrumentos de territorialización de las políticas públicas y los resultados esperados de ellos y su aplicación, en términos de innovación y sostenibilidad de la misma en los territorios. En Chile quedan abiertas las interrogantes sobre los procesos de aprendizaje territorial con la aplicación de la política pública de cluster turísticos. También, la evaluación expós de los efectos territoriales.

Objetivos

Esta comunicación apunta a entender como emerge la gobernanza en la situación creada por la implementación de los cluster ¿Cuáles son los principales actores-constructores? ¿Qué instrumentos y qué dispositivos son movilizados para apoyar la trayectoria o por el contrario para impedirla? Presentaremos en primer lugar un estado del arte de la literatura relativa a los cluster de turismo y polos de competitividad. Y en un segundo lugar, el estudio del rol de los instrumentos y los dispositivos en la construcción de un proyecto común. Identificaremos y caracterizaremos las innovaciones en las prácticas de los actores participando en el cluster y una mirada particular será dada a los aprendizajes de los actores.

Metodología

La revisión bibliográfica de artículos y documentos es la principal metodología utilizada para elaborar una visión crítica de los cluster y (i) conocer los roles de los instrumentos y dispositivos, (ii) evidenciar las manifestaciones de la innovaciones en las prácticas de los actores y (iii) sintetizar las relaciones que se dan entre los roles de los instrumentos y dispositivos y sus manifestaciones en las prácticas de los actores. Las encuestas y entrevistas, realizadas a los actores locales tanto institucionales como privados que están trabajando en los cluster turísticos, en particular aquellos de la región de Valparaíso nos

permitirá de conocer la representación que ellos tienen de este instrumento, ¿Cómo se lo apropiaron? ¿Cuál ha sido su evolución? El análisis comparativo con la experiencia francesa nos permitirá contribuir al debate sobre el rol de los instrumentos en la gobernanza territorial y a la elaboración de una grilla de análisis de la territorialización de las políticas públicas.

Resultados

Marco teórico conceptual

La gobernanza objeto polisémico. Una definición de gobernanza: “Gobernanza se refiere a los procesos colectivos, formales tanto como informales, que determinan, en una sociedad, como se toman decisiones y se elaboran normas sociales con relación a asuntos públicos (Hufty, 2008). La traducción territorial de la gobernanza se inscribe en la evolución de las investigaciones en relación al territorio como lugar donde se construye un proyecto colectivo y se articulan objetivos y relaciones entre los niveles global y local. Proceso dinámico de coordinación (relaciones de poder, saberes) entre los actores públicos y privados con identidades múltiples y recursos asimétricos en relación al territorio y con objetivos de: (i) construir colectivamente objetivos y acciones; (ii) elaboran dispositivos múltiples que se basen sobre aprendizajes colectivos y que participen en la reconfiguración/innovaciones institucionales, organizacionales en los territorios (Chia et al 2010). Los desafíos de la gobernanza Territorial son estudiar, analizar, acompañar, las coordinaciones verticales (estado, colectividades regionales, locales, sindicatos...) y horizontales (actores locales privados y públicos; de las cadenas productivas) con una multitud de actores públicos, privados, individuales, colectivos.

El cluster como instrumento de territorialización de la política pública

Según Creusen (2001), es posible distinguir, al menos, cuatro concepciones teóricas básicas de cluster: i) Enfoque de las redes de información en torno a la gestión estratégica (Porter, 1990), ii) Enfoque de los cluster o entornos innovadores de las teorías de desarrollo endógeno (Vázquez Barquero, 1999). iii) Enfoque de los cluster regionales: con un desarrollo teórico en la llamada Nueva Geografía Económica (Krugman y Venables, 1995) y iv) Enfoque oferta-demanda asociada a las cadenas de valor de un producto. Todos estos enfoques destacan las economías externas de escala como el elemento definidor de un cluster, si bien cada uno presta atención a distintos factores y destaca distintos tipos de externalidades como clave para su formación, tanto tecnológicas, facilitadas por la proximidad espacial, como pecuniarias (Scitovsky, 1954). Michael Porter en una primera definición del cluster (1990) los considera como de “concentraciones geográficas de em-

presas interconectadas, proveedores especializados, prestadores de servicios, empresas en las industrias relacionadas y asociados instituciones (por ejemplo las universidades, organismos de estándares y asociaciones comerciales) en ámbitos particulares que compiten pero también cooperan” (Porter, 1998, p. 197). Esta definición pone en relieve las dimensiones de la oferta y la proximidad espacial de los cluster. En 2003 Porter considera más las dimensiones de la demanda y la proximidad organizacional. El reconoce la creciente importancia de la globalización y argumenta que los cluster capaces de exportar pueden ser considerados como verdaderamente competitivos. Sin embargo, hay pocos cluster exportadores verdaderamente locales y aquellos son en realidad partes de cadenas de valor situadas en muchos lugares (Karlsson , 2010).

Cluster como estrategia de territorialización de la política chilena de competitividad

En la década del 2000 se prueban políticas verticales y activas de desarrollo de sectores económicos y territorios rezagados. Nuevas políticas de innovación y emprendimiento con alto componente de dinamización territorial. Dos instrumentos de política pública de desarrollo económico aparecen: la Estrategia Nacional para la Competitividad y las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo. En 2007 OECD analiza la situación chilena y propone “aprovechar fortalezas y ventajas comparativas mediante el fortalecimiento de cluster incipientes” (CORFO, 2012:7). Es así que en 2007 vemos aparecer en la Estrategia Nacional de Innovación (CNIC) el enfoque de cluster con el propósito de apoyar sectores de la economía con potencialidades competitivas y en particular en aquellos donde existan fallas de coordinación, que el sector privado por sí solo no puede resolver. El objetivo es lograr que las cadenas de valor que presentan dichas brechas pasen de una dinámica de bajo crecimiento a una de alto crecimiento, al ser apoyadas mediante acciones acordadas entre los sectores público y privado. Por encargo del CNIC, The Boston Consulting Group (TBCG) realizó un mapa de los sectores con mayor potencial de crecimiento de mediano y largo plazo, en relación al esfuerzo requerido para capturarlo y propuso los siguientes cluster: Acuicultura, Servicios Globales (Offshoring), Turismo, Minería, Porcicultura/Avicultura, Fruticultura, Alimentos Procesados y Servicios Financieros.

La identificación del turismo como potencial de desarrollo territorial

Tomando como base los resultados del estudio de TBCG, la CORFO inicia el año 2008 el proceso de instalación del Programa Nacional de Cluster, a través de la constitución de cinco Consejos Estratégicos Público-Privado que serían el principal dispositivo (y actor) de la gobernanza territorial de la implementación de la política pública: Acuicola, Alimentario, Servicios Globales, Minero y Turismo de Intereses Especiales (TIE) (CORFO, 2012). Para el cluster del turismo la recomendación fue: “el Estado debe jugar un

rol intensivo en el desarrollo del turismo, principalmente apoyando la organización de una industria fragmentada, la definición de la propuesta de valor y la promoción país” (TBCG, 2007b:6). La Agenda Preliminar del cluster TIE consideró Programas de productos-destino en los cuales focalizar esfuerzos interinstitucionales y Programas de temas habilitantes del desarrollo sectorial y/o transversales a los destinos priorizados, que requieren esfuerzos interinstitucionales de coordinación y acción en el corto o mediano plazo (MINECON, 2010). Con la instalación de las agencias regiones de desarrollo productivo, estos destinos fueron seleccionados por las regiones e incluyeron el Altiplano, el Desierto de Atacama, los centros astronómicos del Norte Chico, Valparaíso, Valle del Cachapoal, Valle del Maule, Araucanía, Selva Valdiviana, Los Lagos, y las pampas y los fiordos de la Patagonia. En el año 2010, en catorce regiones del total de quince, las ARDP identificaron al cluster del turismo como uno de sus tres ejes estratégicos del desarrollo regional, centrado en el turismo de experiencias o de intereses especiales, acorde con la política y estrategia nacional de turismo (CORFO, 2010). En el estudio de caso de la Región de Valparaíso, el concepto y los programas y proyectos del TIE siguieron siendo fomentados y financiados con posterioridad hasta la actualidad, tanto por la institucionalidad nacional (CORFO) como por los Gobiernos Regionales ofreciendo ejemplos muy innovadores (Alto Aconcagua, San Antonio y Reserva de la Biosfera La Campana Peñuelas) en desarrollo. De allí la necesidad de conocer más en profundidad los aprendizajes que los actores han realizado de la políticas públicas, que de manera explícita o implícita, en Turismo (TIE), han tenido cierta continuidad.

El requerimiento de gobernanza para la gestión de la estrategia

En el 2006 se crean las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo (ARDP) que son un dispositivo de gobernanza que articulara los sectores público y privado de apoyo a las empresas de menor tamaño y desarrollo relativo y coordinará los esfuerzos de los principales actores e instrumentos de fomento que promueven la competitividad de las MIPYME chilenas en las regiones del país (CORFO, 2012). En 2008, las ARDP contaban con un presupuesto de operaciones de USD 13 millones (MINECON, 2011). En el 2010, las quince regiones donde estaban instaladas las ARDP identificaron sus tres ejes estratégicos del desarrollo regional. Se identificaron en total 43 cluster, Acuicola, Alimentario, Servicios Globales, Minero y TIE en el país (CORFO, 2012). Todas las regiones, con excepción de la Metropolitana de Santiago incluyeron el turismo como uno de sus ejes.

La evaluación de las políticas y su continuidad estratégica

La política de innovación ha focalizado la acción estatal sobre la función emprendedora-empresarial, entendiendo que la innovación ocurre en la empresa, y en reducir la

brecha histórica entre este sistema y la función científico-investigadora, desempeñada tradicionalmente por las universidades. La política está orientada principalmente a las acciones gubernamentales del nivel nacional, que deben dirigir y complementar las estrategias y políticas regionales de innovación. El Plan de Acción se organizó sobre la base de tres fundamentos: promoción del capital humano para innovar, desarrollo de capacidades de investigación, y apoyo al emprendimiento innovador y la transferencia tecnológica. A ellas se añaden énfasis de fomento a la acción productiva en el territorio: clusters de alto potencial y regionalización de la innovación; y líneas de trabajo que apuntan a crear un marco y un entorno propicio para que las empresas innoven, a través de una institucionalidad robusta y la promoción de una cultura pro innovación y emprendimiento (MINECON, 2009). Ambas políticas (Innovación y Agencias de Desarrollo) no dialogaron en su diseño y lo hicieron con cierta dificultad en su puesta en marcha. A pesar de instalación en la CORFO de ambos programas. A partir del año 2010, en el contexto del fin del ciclo del Gobierno de la Concertación de Partidos Por la Democracia y un nuevo gobierno de centro derecha (Alianza) se finalizan ambas políticas reorientando la política de innovación hacia aquellas tradicionalmente horizontal y neutra optando por el enfoque de las cadenas de valor (Porter 2003). Queda pendiente la pregunta **¿Qué evaluación de los efectos de aprendizaje territorial de ambas políticas?**

Para la evaluación de los instrumentos de políticas públicas aplicados a los destinos turísticos abordaremos el análisis bibliográfico de los artículos científicos e informes de aplicación y evaluación de instrumentos de políticas permitirá abordar el estado del arte y las variables e indicadores a trabajar en torno a los objetivos; estudios de casos, cuya fuerza se encuentra en la comprensión intuitiva, flexibilidad y visión en profundidad del destino y cluster estudiado, tanto desde los componentes individuales como colectivos; las entrevistas genéricas a personas recursos y actores claves permitirá definir a los actores que serán entrevistados en profundidad para abordar aspectos claves y obtener una mirada panorámica de su experiencia; seminarios y coloquios se organizarán con el fin de exponer y debatir las miradas de distintos actores académicos, empresariales y administrativos públicos en relación con los aprendizajes y objetivos comunes del destino-cluster, los grupos focales, permitirán consolidar las variables e indicadores a utilizar en los estudios de caso comparativos a realizar en el segundo año y profundizar aspectos tratados por otros métodos superficialmente y finalmente, el análisis territorial y cartográfico, se realizará con georreferenciación de datos espaciales, mediante la utilización de un SIG, los efectos espaciales sobre el destino tendrán especial preocupación en esta plataforma, permitirá, además, representar gráficamente los resultados de las informaciones obtenidas.

Conclusiones preliminares

Los cluster de turismo fueron pensados desde una perspectiva sectorial y no territorial y construidos bajo un modelo de arriba-abajo. La transmisión a nivel regional y de los destinos ha sido aplicada en una lógica de desconcentración y no de descentralización, lo que ha traído como consecuencia la insostenibilidad de la política pública. El modo de gobernanza de los cluster ha sido principalmente “tecnocrático” lo que ha desfavorecido la emergencia de un lenguaje y un proyecto territorial común, por lo tanto los aprendizajes han sido más bien individuales que territoriales. El territorio ha estado ausente en el diseño de la PPCI y más aún de la evaluación de los efectos de su implantación. Si la innovación es el principal factor de diferenciación y de competitividad de las empresas y de los territorios turísticos, la PPCI ha solamente tratado el problema en su dimensión financiera y muy poco en su dimensión cognitiva o de producción (y transmisión) de conocimientos. Lo que nos lleva a interrogarnos sobre los tipos de proximidades que emergen en esas situaciones y el rol del sistema de innovación regional/nacional. El problema puede ser formulado como la existencia de una inadecuación entre los instrumentos de territorialización de las políticas públicas y los resultados esperados de ellos y su aplicación, en términos de innovación y sostenibilidad en los territorios. De esta forma, quedan abiertas las interrogantes sobre los procesos de aprendizaje territorial antes, durante y después de la aplicación de la política pública de cluster turístico en los territorios.

Bibliografía fundamental

Bazile D., J. Negrete, Chia E., Hocde H., Martínez E., Núñez L., 2009. “Desde el reconocimiento de un turismo rural integrador hasta un agroturismo por los agricultores”. En Anales del 3er Congreso de la Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile. PUCV, Chile.

Benko G., Dunford M., Lipietz A., 1996. Les districts industriels revisités. In B. Pecqueur éd. Dynamiques territoriales et mutations économiques, L'Harmattan.

CORFO, 2012. Programa De Cluster Informe Para La Comisión Especial Mixta De Presupuestos. Elaborado Por Subgerencia Programa Agencias Y Clusters, Corfo. Junio De 2012

Chia E., Rey-Valette H., Torre A., 2008. Dispositifs et outils de la gouvernance territoriale. Conclusion au numéro spécial de la revue *Noréis*. Gouvernance territoriale : outils et concepts (Coordonné par : Lardon S., Chia E., Rey-Valette H.). N° 209-2008/4: 167- 177

Ewen J. M.; Frisk, L., Hall, C.M., Johns, N., Lynch, P., Mitchell, R., Morrison, A. and Schreiber, C., 2007, *Micro-clusters and Networks: The Growth of Tourism*, Elsevier, Oxford. (Hbk) ISBN 0080450962

Figueroa R., Negrete J. y Velut S., 2011. Tendencias y desafíos en la gestión de espacios naturales protegidos en el contexto de áreas metropolitanas. El caso del humedal El Yali. *Revista Geográfica de Valparaíso*, N° 44 - AÑO 2011, pp. 54-62.

Leducq D., Lusso B., 2011. Le cluster innovant : conceptualisation et application territoriale. *Cybergeog : European Journal of Geography* (en ligne), Espace, Société, Territoire, article 521.

Ministerio de Economía. 2010. “cluster turismo de interes especiales (TIE)”. Ministerio de Economía, Prospectiva Tecnológica, Chile Innova. 3 págs. En Línea [5/5/2013] <<http://www.economia.gob.cl/areas-de-trabajo/subs-turismo/>>

Ministerio de Economía, 2009. Política Nacional de Innovación para la Competitividad. Orientaciones y Plan de Acción 2009-2010. División de Innovación, 24 págs. Santiago, Chile. En línea [04-05-2013] <http://www.economia.cl/1540/articles-188772_recurso_1.pdf>

Negrete J., Figueroa R. y Velut S., 2010. La zona de extensión de la Reserva de Biosfera La Campana - Peñuelas. Un estudio de caso. Revista Geográfica de Valparaíso N° 43 - año 2010, pp. 1- 14

Porter, Michael E. 2002. Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Patria Cultural; Ciudad de México; México. 2a. ed. 556 p. Libro en Español.

Schaerer, J. y Dirven, M. 2001. El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos. CEPAL, Red de Desarrollo agropecuario, Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial. SERIE desarrollo productivo 112 Santiago de Chile, noviembre de 2001.

The Boston Consulting Group [TBCG]. 2007b. Estudios de Competitividad en Clusters de la Economía Chilena Documento de referencia Turismo. Consejo de Innovación, Chile. Agosto 2007, 202 pág.

Tiffin, S.; Torres, X. y Neira, F. 2008. Clusters en el ecoturismo chileno. Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 17 (2008) pp. 315-339.

CONCLUSIONES DEL 8° CONGRESO DE LA SOCIEDAD DE INVESTIGADORES DE TURISMO DE CHILE

En sesión plenaria celebrada el día 8 de agosto, los participantes del 8° Congreso de la Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile, reunidos en las distintas comisiones de trabajo bajo el lema *“El turismo y su relación con la comunidad local, el desafío de la sustentabilidad”*, acordaron las siguientes conclusiones:

Comisión N° 1. Turismo y Comunidad

Las principales conclusiones de la sesión plenaria fueron las siguientes:

- En el ámbito municipal es importante difundir buenas prácticas y modelos ejemplificadores, como es el caso Providencia, que ha contado con participación de los actores locales. Esto ha estimulado al gobierno local ha involucrarse en iniciativas de puesta en valor del patrimonio local, material e inmaterial.
- El turismo comunitario, representado en el caso del Sertanejo Brasileño constituye también un muy buen ejemplo de desarrollo de modelos de rescate del patrimonio rural. La experiencia brasileña permite destacar el trabajo de microempresarios rurales que han impulsado un desarrollo turístico autónomo de pequeña escala.
- Es necesario continuar con investigaciones conducentes a reforzar la protección de los bienes culturales, el barrio y su patrimonio como un espacio íntimo que se abre al turismo. En este contexto surge la pregunta de ¿cómo mitigar los efectos negativos del turismo?, lo que implica pasar a una nueva etapa, desde la caracterización o descripción a la propuesta.
- Otro aspecto que habrá que tomar en cuenta es cómo algunas comunidades indígenas o locales administran la oferta turística tradicional, sin afectar patrimonio. Existe el riesgo a la “folclorización” o una nueva forma de despojo, así como el de asegurar la propiedad de la tierra.
- La administración y la gestión constituye como un factor de control para desarrollo turístico. En este sentido, los participantes concuerdan en que se hace necesario desarrollar nuevos estudios que contribuyan a fortalecer la gestión del patrimonio para el uso público.

- En la discusión surgió la interrogante acerca de si es positivo el desarrollo turístico comunitario?. Queda abierta la reflexión para futuras líneas de investigación, por cuanto existe la duda si esta actividad económica que involucra a toda la comunidad local es realmente una solución a sus problemas.
- Es necesario desarrollar indicadores a nivel comunal, regional y nacional, lo que requiere todavía mucha investigación. No sólo se trata de indicadores de competitividad del turismo, que es el área de trabajo más difundida a nivel mundial, también es preciso avanzar en el desarrollo de un índice de potencialidad y otros indicadores, relacionados con la demanda, con la exportación, etc.
- Se requiere integrar a la población local en el proceso de toma de decisiones. La participación comunitaria requiere la aplicación de herramientas de la sociología e incluso la psicología que permitan incorporar en forma eficiente la visión local.
- Si bien se reconoce que hoy existe una revalorización de la planificación desde la perspectiva y enfoque de la sustentabilidad, la experiencia en Chile en esta materia aún es insuficiente y refleja una escasa incorporación de estos temas en la discusión académica especializada en turismo.

Comisión N°2. Turismo desde la perspectiva de la generación de bienes públicos

Las principales conclusiones de la sesión plenaria fueron las siguientes:

- La recuperación de bienes patrimoniales para su uso turístico, como el caso de los molinos de agua y su transformación en activos turísticos requiere un trabajo coordinado entre los actores públicos y los centros de investigación, de tal forma de impulsar mecanismos de protección bajo criterios técnicos que permitan integrarlos a la oferta turística regional
- La Gobernanza turística es actualmente un tema de trabajo que aporta a la discusión sobre la interrelación entre los actores en el territorio y la sustentabilidad del turismo. Esta línea de investigación debiera profundizarse para facilitar el análisis y aprendizaje de las experiencias nacionales e internacionales.
- El aporte de las ponencias revela que una de las prioridades es apoyar los procesos de descentralización y la generación de procesos de planificación turística con conocimiento del territorio y sus actores. Esto también ha permitido destacar el rol del turismo como herramienta para el desarrollo social

y para el mejoramiento de la calidad de vida y la superación de la pobreza.

- En relación al patrimonio se han conocido aportes metodológicos, como es el caso del enfoque holístico y la visión integral, tema sobre el cual es necesario trabajar y desarrollar niveles de conocimiento que respalden las propuestas conducentes a mejorar la gestión pública.
- Se ha podido constatar que en países como Colombia la visión del turismo se basa en el manejo de cifras, con un énfasis en los aspectos cuantitativos. Sin embargo, aún no se reconoce su contribución social.
- El discurso político da cuenta del turismo como la panacea, pero no siempre es así. De allí que el cambio en el paradigma del turismo desde el énfasis en las cifras al énfasis en la sustentabilidad, la cultura, lo que estimularía la valorización de nuestros antepasados y sus formas de vida.
- El Código Mundial de Ética llama a los profesionales del turismo a definir y respetar los límites propios del turismo en función del territorio y los recursos presentes. Se destaca la visión de la hospitalidad no como la invasión, sino como un medio para compartir el espacio del anfitrión quién como un ser humano y no como un servidor es capaz de recibir a otros en su espacio. La experiencia de la investigación donde se pone como prioridad al anfitrión ha sido muy prolífica en Brasil.
- Los temas relacionados con las catástrofes, riesgos ambientales y el turismo en áreas de usos público tienen una gran relevancia para el desarrollo sustentable del sector turismo y por ello deben tenerse en cuenta debido a las transformaciones y cambio que enfrenta nuestro planeta.
- Si bien la visión interdisciplinaria contribuye al desarrollo de los estudios e investigaciones en turismo, se destaca la importancia de desarrollar métodos desde la disciplina, sobre todo en el tema del desarrollo sostenible de la actividad, que en la práctica se mantiene más bien como un discurso, aunque se vieron avances relevantes en este congreso.
- Finalmente, un tema clave a tratar para impulsar una gestión profesional del espacio turístico, dada la coyuntura actual, es el de capital humano, que hoy es una de las prioridades para la Subsecretaría de Turismo. En este sentido, es importante la formalización de los empleadores, la contratación precaria va en desmedro del sector.

Comisión N°3. Turismo emprendimiento e innovación

Las principales conclusiones de la sesión plenaria fueron las siguientes:

- Los temas relacionados con emprendimiento, principalmente aquellos referidos a la relación entre la gestión pública y municipal y el fomento de negocios turísticos a través de empresas formales e informales, podrían estimular nuevas investigaciones. La experiencia de Brasil ha sido muy valiosa para comprender esta vinculación.
- La participación de la iniciativa privada en la gestión del patrimonio local, trabajando conjuntamente con las autoridades y organismos públicos y municipalidades ha demostrado que los esfuerzos de coordinación permiten impulsar programas de alto impacto para la valoración de la identidad urbana, como lo demuestra la experiencia de la Comuna de Providencia.
- El turismo se desarrolla en un territorio, concreto con especificidades vulnerabilidad y amenazas, que es importante saber reconocer a tiempo para incentivar a los actores y emprendedores a asumir su responsabilidad. El congreso nos ha mostrado herramientas que respaldan los procesos de desarrollo en este sentido, con mayor incorporación de comunidades locales.
- Se reconoce el avance en las métricas del turismo, como es el caso de indicadores, y manejo de estadísticas que muestran incluso una mayor aplicación. No obstante, se requiere pasar a una fase de gestión de la información, al mismo tiempo que se requiere mayor conocimiento de los métodos e instrumentos para obtener información, a nivel local y regional.
- Es importante generar condiciones para acercar el turismo a otras disciplinas y converger con lenguajes comunes que favorezcan la transversalidad del conocimiento. Ello conlleva a profundizar el proceso de formación académica y nuevas líneas de investigación.
- Se visualiza un distanciamiento del método científico, por lo que es necesario aumentar las bases teóricas. Al mismo tiempo, se requiere profundizar los estudios de casos, para aportar a la innovación en base a las experiencias existentes.
- La incorporación de nuevas tecnologías se visualiza como un ámbito en el que el sector turismo no puede quedarse atrás. Por ejemplo, en la interpretación turística del patrimonio o en el manejo del territorio urbano, estas tecnologías constituyen una herramienta básica para la toma de decisiones.

- En materia de políticas públicas la presencia de nuevos “clusters” turísticos a nivel nacional y también a nivel local, abre un nuevo campo para la investigación y el conocimiento sobre cómo se estimula el crecimiento y desarrollo de este tipo de centros dinamizadores de la innovación turística.
- Las universidades tienen un rol de aportar objetividad a la discusión pública, por lo tanto se recomienda que éstas asuman el rol de generar y conducir observatorios turísticos en destinos. Esto también implica un desafío para la colaboración entre los centros y los investigadores, tanto a nivel nacional como latinoamericano.

Humberto Rivas Ortega

