

**PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO
EN LA PLATA, BERISSO Y ENSENADA**

**Seis estudios de caso para la diversificación de la oferta
turística**

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

Instituto de Investigaciones en Turismo (IIT)
Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO EN LA PLATA, BERISSO Y ENSENADA

Seis estudios de caso para la diversificación de la oferta turística

Dirección del proyecto:
Alfredo Luis Conti

Concepto y supervisión del Informe Técnico:
Arnoldo Oscar Delgado

Equipo de Investigación LINTA-CIC:

Gisel Andrade, Renaldo Coletti, Oscar Delgado, Patricia Mariñelarena, Mara Pacheco

Colaboración: Noelia Posanzini, María Victoria Suárez

Equipo de Investigación IIT-UNLP:

Uriel Charne, Gabriel Comparato, Aluminé Gorgone Pampín, Florencia Moscoso, Ana Clara Rucci, Virginia Sahores Avalís.

Colaboración: Aarón Conosciuto, Melina Denise Corrado, María Sol Menéndez, Agostina Timo, Magalí Urricelqui.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 Turismo cultural, una nueva mirada sobre el patrimonio como recurso para el desarrollo. Arnoldo O. Delgado.

1.2 La “experiencia cultural”, un nuevo paradigma para la oferta de servicios turísticos. Uriel Charne y Florencia Moscoso.

2. MARCO TERRITORIAL

La Plata, Berisso y Ensenada, componentes de la Región Capital de la Provincia de Buenos Aires.

3. MARCO CONTEXTUAL

3.1 Presentación sumaria de la actividad turística en el territorio bajo estudio

3.1.1 La Plata

3.1.2 Berisso

3.1.3 Ensenada

3.1.4 Hacia un planteamiento integrado de las políticas públicas para el desarrollo del turismo en la Región Capital y sus municipios componentes

3.2 Oferta turística actual

4. MARCO ANALÍTICO-VALORATIVO

4.1 Aspectos metodológicos

4.2 Descripción y valoración de los casos de estudio

4.2.1 Colonia Justo José de Urquiza

4.2.2 Barrio Meridiano V

4.2.3 Calle Nueva York

4.2.4 Fiesta Provincial del Inmigrante

4.2.5 Isla Santiago

4.2.6 Barrio Campamento

4.3. Estudio de demanda

5. CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones referidas a los casos de estudio

5.2. Hacia el diseño de experiencias

6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

PRESENTACION

El trabajo que se presenta es el resultado de un proyecto de investigación conjunto entre el Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente (LINTA), dependiente de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires, y el Instituto de Investigaciones en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, el que fuera presentado a la Convocatoria Programa de Subsidios para la Investigación Científica y Tecnológica de CIC en 2013.

El objetivo central del proyecto consistió en indagar acerca de las posibilidades de ampliar y diversificar la oferta turística existente en tres partidos que integran la región Capital de la provincia de Buenos Aires a través de la incorporación de componentes del patrimonio cultural no activados para su uso turístico o bien escasamente activados. El punto de partida fue la consideración de que la región posee recursos culturales que podrían generar nuevos productos turísticos, aunque se desconoce en qué medida el mercado local es sensible a una potencial ampliación y diversificación de la oferta a través de la incorporación de recursos patrimoniales no afectados hasta el momento.

El LINTA ha contado, desde su fundación en 1991, con el patrimonio cultural bonaerense como una de sus principales líneas de investigación, con el convencimiento de que tal patrimonio constituye un referente esencial de la identidad cultural de la provincia y, como tal, una ventaja competitiva que puede contribuir al desarrollo provincial. Durante los últimos años, se ha desarrollado la investigación acerca del uso turístico del patrimonio, a partir de la consideración del rico y variado patrimonio provincial y de su capacidad para ampliar y diversificar la oferta turística.

En los trabajos desarrollados en el Instituto de Investigaciones en Turismo, se considera al turismo como una actividad compleja, que incluye aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales y que debe contribuir al desarrollo de las comunidades involucradas. En este marco, el patrimonio cultural constituye un recurso básico para el turismo, pero resulta necesario proceder a una adecuada planificación de la actividad de modo de asegurar la sostenibilidad de la misma.

La publicación se estructura a través de una serie de capítulos o marcos, que parten de una definición teórico-conceptual de los temas del trabajo de investigación, para pasar luego a una presentación general de la región tomada como caso de estudio, a una descripción de la situación actual de los tres municipios estudiados en lo que concierne a sus políticas, recursos y ofertas turísticas, a la presentación y valoración de los casos de estudio seleccionados y al estudio de la demanda, todo lo

cual ha permitido extraer algunas conclusiones referidas tanto a los casos de estudio como a la situación general de la región.

Confluyen en el trabajo dos líneas de investigación que, más allá de sus especificidades, cuentan con rasgos y, sobre todo, enfoques comunes. Consideramos que el turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo provincial y esperamos que este trabajo pueda contribuir en tal sentido.

Esta publicación ha sido posible gracias al mencionado subsidio otorgado por CIC a través de Resolución 997/14.

Alfredo Conti
Director LINTA-CIC
Director IIT-FCE-UNLP

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 TURISMO CULTURAL, UNA NUEVA MIRADA SOBRE EL PATRIMONIO COMO RECURSO PARA EL DESARROLLO

Arnoldo O. Delgado

La realización de investigaciones como la presentada aquí, evidencia una cuestión cada día más relevante en las últimas décadas: que a tono con los tiempos que corren, la academia abandona el estudio y valoración del patrimonio como objeto de exclusivo interés histórico, paisajístico, estético u otro para avanzar en su papel como recurso económico, en este caso asumiendo la existencia de un potencial mercado turístico basado en el atractivo que despierta la experiencia cultural.

Como generalmente ocurre, el cambio de actitud no puede adscribirse a una sola causa sino que viene a reflejar mutaciones significativas al interior de todos los campos implicados, cuasi contemporáneas en su irrupción y concurrentes, que han afectado incluso las bases que sostenían los respectivos constructos teórico-conceptuales y/o los modos de gestión. Ello ha ocurrido también al interior de la denominada *economía del desarrollo*, para la cual la recuperación del papel activo del territorio operada en los últimos cuarenta años significó un auténtico cambio de paradigma: al impulsar un nuevo estilo de políticas públicas que reivindica la singularidad cultural que cada territorio trae consigo, orienta nuevas comprensiones de los procesos de desarrollo y de la contribución potencial de los recursos disponibles, lo cual permite comprender el extendido interés por un mejor aprovechamiento de los activos culturales y naturales.

Si nos detenemos en el caso del patrimonio, por ejemplo, junto a las fisuras que ha ido mostrando el estilo de gestión tradicional (por lo común, sólo circunscrito a la confección de un inventario), aparecen otras vinculadas a su abordaje conceptual e ideológico. Bien lo destacaba en 2010 el vicepresidente del CICOP chileno, reconociendo que la situación del campo en todas las latitudes del mundo (sobre todo en Latinoamérica) había cambiado de modo radical desde mediados de los años 90', aproximadamente, planteándose un momento de inflexión trascendental en cuanto a la comprensión del significado y papel histórico del patrimonio, "*que nos ha llevado a asumir una nueva realidad de la cual no estábamos enterados (...)*".

“(…) el fenómeno de comprensión patrimonial en tanto su tradicional definición ha sido cuestionada desde un tiempo a esta parte, por cuanto, dimensiones más allá de lo tradicionalmente entendido como ‘cultural’, especialmente desde las ciencias económicas, han desfigurado su histórico axioma. Qué es patrimonio hoy, resulta complejo delimitarlo en tanto ya no sólo responde a lo heredado de nuestros padres, sino que bajo los nuevos entendimientos **todo puede ser patrimonio**: desde la tradicional receta de cocina familiar, hasta recuerdos presentes en el imaginario colectivo, o incluso bienes propios de una persona o grupo tales como edificios, televisores, relojes, cocinas, entre muchísimos otros, sin importar su antigüedad o cantidad de años, podrían considerarse como patrimonio. **Sin embargo este gran número de bienes, en términos patrimoniales, no tiene sentido alguno si no es reconocido y valorado por un grupo de personas que le den sentido y significado, en virtud de una trascendencia social que va más allá del propio valor del recurso** (Herrera, 2010:1. negritas nuestras).

El autor introducía así un tema nodal, verdadera piedra basal de toda construcción intelectual erigida en torno al patrimonio y su conservación: el proceso social de asignación de valor y las varias dimensiones que éste adquiere en la visión contemporánea. Que la cuestión no es menor lo demuestra la publicación de informes y artículos diversos que, ya hace quince años, hacían de ello su objeto de interés. Vayan a modo de ejemplo sólo dos, el primero de ellos resultado de una investigación encarada con espíritu interdisciplinario por la Fundación Getty (EE. UU.) y el segundo, reseñando el programa de asistencia financiera implementado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para preservar, particularmente, el patrimonio urbano en América Latina. En el primer caso, la aceptación de valoraciones divergentes por las diferentes partes interesadas y la consecuente necesidad de negociaciones conciliatorias sobre el destino de los bienes a preservar, es vista como un cuasi-requisito de posibilidad para la supervivencia de la conservación en tanto actividad socialmente aceptada. En el caso del BID, la apertura a la participación de la comunidad es entendida, similarmente, como requisito indispensable para un buen mantenimiento de los bienes preservados.

En este contexto de cambio, es posible citar algunas de las transformaciones más significativas a nuestros fines:

- en lo conceptual: (i) la ampliación de la noción convencional de patrimonio, abriéndose progresivamente a expresiones culturales antes ignoradas y nuevas categorías; (ii) el reconocimiento del carácter social de su proceso constitutivo, nada ingenuo ni aséptico, al que subyace el cuestionamiento a los

modos y categorías tradicionales para su valoración y conservación; (iii) la aceptación de otros usos sociales del recurso, tales como el turismo, y la importancia acordada en cuanto referente identitario y recurso para el desarrollo territorial;

- en lo metodológico, consecuente con lo anterior: (i) la búsqueda de un abordaje también nuevo, con apertura a los diferentes actores sociales y sus variados intereses, en muchas ocasiones contrapuestos; (ii) la revisión de los procesos de asignación de valor, ampliando el espectro de dimensiones aplicables; (iii) el convencimiento de avanzar hacia una mirada multidisciplinaria acorde con la complejidad asumida, la incorporación directa de la comunidad como portadora de saberes complementarios al del especialista, y los esfuerzos por incluir la política patrimonial en los procesos de planificación estratégica de ciudades y regiones;
- por fin, en lo instrumental, el impacto de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) en las posibilidades de registro, referenciación territorial, procesamiento y utilización de los datos, con la subsiguiente repercusión en la gestión del recurso.

En cuanto al sector turístico, afectado como pocos por la rápida difusión y constante evolución de las TICs, también es posible mencionar algunas transformaciones que se reflejan en esta investigación. Por lo pronto, similarmente a lo comentado respecto de los *nuevos patrimonios*, el campo también ha experimentado una reformulación de los modos tradicionales en respuesta a la variedad de actores y expectativas. Dice sobre ello un investigador español:

“Desde finales de la década de los ochenta asistimos a la aparición en cascada de multitud de *‘nuevos turismos’*, propiciados en su conjunto por las nuevas condiciones y exigencias del mercado, esto es, competitividad, flexibilidad y segmentación. La práctica totalidad de los nuevos productos se presentan, y a veces analizan, como ‘una forma diferente de practicar el turismo’ y la máxima es la consecución para el cliente de una experiencia satisfactoria, la *experiencia de lo ‘auténtico’* en la naturaleza, la cultura, la gente o una combinación de las mismas. Su desarrollo se lleva a cabo, preferiblemente, en áreas no congestionadas poblacionalmente (parajes deshabitados o con muy bajo nivel de ocupación humana, entornos rurales no urbanos o pequeñas poblaciones concentradas), pero pueden incluirse *tours* monumentales-arquitectónicos o museísticos por ciudades. Sobre la pléyade de denominaciones comerciales, destacan sobre manera las conocidas como ecoturismo, turismo étnico y turismo rural, aunque en

los últimos años se impone también una 'variante' (de aplicación más amplia) que refieren como **turismo cultural**" (Santana Talavera, 2003:34, negritas nuestras).

Al momento de construcción de la tipología, el turismo cultural e histórico abarcaba desde la búsqueda de lo pintoresco, el color local y los vestigios de una vida en proceso de extinción, hasta los circuitos de ruinas, monumentos y museos (pudiendo incluir ciudades o espacios donde se desarrollaran los acontecimientos a resaltar). Más recientemente, el Consejo Internacional de Sitios y Monumentos (ICOMOS), siguiendo las directrices de la Organización Mundial del Turismo (WTO), lo ha definido como "un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación" (ibídem, p.).¹

Dada esa mayor amplitud en la aplicación del concepto, en la práctica se producen solapamientos con otras modalidades: de hecho, comparte atributos del *turismo étnico* (salvo porque no cuenta con el elemento diferencial del 'exotismo') y puede ser complementario del *turismo recreacional*, con mayor número y frecuencia de turistas. Vale, pues, clarificar también estas otras tipologías:

- El *étnico*, antes comercializado en términos de costumbres 'típicas' y exóticas de pueblos indígenas, es visto actualmente como "el viaje con el propósito de observar las expresiones culturales y los estilos de vida de pueblos realmente exóticos [...]. Las actividades pueden incluir visitas a hogares nativos, asistencia a danzas y ceremonias y la posibilidad de participar en rituales religiosos" o una búsqueda de lo étnicamente exótico en un ambiente no tocado, primitivo y auténtico, que implica la "experiencia de primera mano con los practicantes de otras culturas".²
- El *recreativo*, antes resumido en la apetencia de sol, mar, arena y sexo, e impulsado por 'lo bonito' del destino y por el relax de 'lo natural', hoy es

¹ De tal modo, la definición revisada de "turismo cultural" incluye en la categoría a su homónimo y al turismo histórico.

² Supeditado al turismo étnico, solía darse también el de tipo **ambiental** orientado a un público selectivo atrayéndolo hacia zonas remotas donde experimentar las relaciones entre el hombre y el medio. Su equivalente actual es el *ecoturismo*, definido como "viajes hacia áreas naturales relativamente poco alteradas o no contaminadas con el objeto específico de estudiar, admirar y disfrutar el paisaje, la flora, la fauna, al igual que las manifestaciones culturales (pasadas y presentes) características de esas áreas", con cualidades atribuidas tales como integridad ecológica y sociocultural, responsabilidad y sostenibilidad (aunque éstas no aparezcan siempre en el ecoturismo como producto en un viaje de naturaleza comprensiva hacia las comunidades anfitrionas).

entendido como el nuevo *turismo de masas*, con demandas que combinan las clásicas y estereotipadas con aspectos culturales-patrimoniales y el ocio nocturno (discotecas, restauración, salas de juego, casinos, etc.).

Del todo central a nuestro interés, además se impone decir que el concepto de turismo cultural ha reunido amplio consenso sobre su potencialidad para promover los procesos de desarrollo territorial en las escalas local y regional. Ello va indisolublemente ligado a la mencionada (re)significación del territorio como auténtico actor del desarrollo gestada a partir de la década de 1970, por dos cuestiones fundamentales:

- De un lado, porque la aparición de casos exitosos en la escala regional (ejemplificados por los famosos *distritos industriales* italianos) impulsó, entre otras, la teoría del *desarrollo endógeno* basado en un mejor aprovechamiento de los recursos territorialmente disponibles y la oportuna incorporación de aquellos externos que resulten necesarios. De allí el ingreso del patrimonio en la agenda política de muchos de los gobiernos locales, convertido en variable destacada de los planes estratégicos para ciudades y micro-regiones de perfil turístico consolidado y aun en las que no lo tienen (despertando expectativas en algunos casos infundadas y, en otros, abriendo camino a una posible diversificación de su espectro productivo).
- Del otro, porque en un nivel más profundo y significativo, el estudio de esas configuraciones industriales demostró la incidencia de la identidad socio-territorial, el sistema de valores compartido y el fuerte sentido de pertenencia comunitaria sobre el funcionamiento económico del distrito. Desde esta perspectiva, la valoración y conservación del patrimonio adquieren una nueva trascendencia para las estrategias pro-desarrollo, en tanto referente que importa consolidar para transformar la identidad en recurso para la acción.

Si lo anterior pudo haberse agotado en el análisis de un caso aisladamente exitoso, propio de un país central e industrialmente desarrollado, no ocurrió así. Pronto se descubrió que la especificidad territorial era igualmente determinante en la constitución y funcionamiento de otras aglomeraciones similares, incluso en países y regiones menos avanzadas: también ellas exhibían como común denominador una dinámica de continua innovación de productos y procesos facilitada por la proximidad

geográfica de las pequeñas y medianas empresas componentes y la particular sinergia de factores históricos, culturales y sociales que van con ella, traducidos en una densa urdimbre de relaciones entre las PyMES entre sí y con las instituciones locales, en un marco de complementación público-privada que no excluye la existencia de regulaciones micro-económicas para conciliar competencia y cooperación. Entre las muchas consecuencias de esta comprobación, hay dos que juzgamos de interés comentar:

- La primera, que dio por tierra con la tesis por la cual la globalización habría de producir la desterritorialización de los procesos económicos, sociales y culturales, con la consecuente disolución de las fronteras, el debilitamiento de los poderes territoriales, la muerte por asfixia de los particularismos locales y la supresión de la singularidad cultural. Por el contrario, dejó en claro que lejos de eclipsarse, los territorios "interiores" -lo nacional, lo regional, lo local- "siguen siendo actores políticos y económicos importantes y funcionando como espacios estratégicos, como soportes privilegiados de la actividad simbólica y como lugares de inscripción de las excepciones culturales" (Giménez, 2000:22).
- La segunda, que lejos de constituir un proceso únicamente técnico, el desarrollo aparece socialmente construido a partir de elementos históricamente arraigados en la realidad local y se traduce en configuraciones diversas y específicas en las que el territorio deviene factor privilegiado, expresivo de los componentes históricos, culturales y sociales que están en la base misma de la organización de la producción y de la continua interacción entre las esferas económica y social. Desde esta mirada, estaríamos asistiendo al agotamiento de una larga tradición de modelos económicos de tipo funcional que, al atribuir un papel decisivo a la presencia de funciones económicas privilegiadas y de sectores avanzados, acababa definiendo no sólo una jerarquía de países sino también una evolución por estadios de desarrollo obligatorio (Courlet y Pecqueur, 1996:92); al ponderarse así el particularismo, la persistencia de las tradiciones y el sentido de pertenencia a la comunidad de origen, la consideración de la dimensión territorial muda en ventajas potenciales factores hasta no hace mucho tiempo analizados como obstáculos al afianzamiento de la producción moderna y da un lugar propio a la producción localizada de pequeña escala en países y regiones menos industrializados.

Huelga decir que, en este contexto interpretativo, los beneficios devengados por la actividad turística del patrimonio no pueden quedar reservados solamente a los operadores del sector sino que han de ser compartidos con la comunidad que lo alberga. Y más aún, que debidamente planificado con acuerdo de las partes, el patrimonio-recurso debería generar un auténtico sistema productivo localizado (por ejemplo, a la manera de los ya famosos *clusters*), que aporte a la transformación estructural del sistema económico territorial y logre una mejora sustancial de la calidad de vida de sus habitantes. Testimonio de esta preocupación es la propia Carta Internacional sobre Turismo Cultural adoptada por ICOMOS en la 12ª Asamblea General en México (1999), en buena parte destinada a alertar sobre las desviaciones que un turismo mal planificado y gestionado puede acarrear. Veámoslo en sus propias palabras:

“El Turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural, 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 la propia experiencia del visitante”. Y luego: El turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas. Con el compromiso y la cooperación entre los representantes locales y/o de las comunidades indígenas, los conservacionistas, los operadores turísticos, los propietarios, los responsables políticos, los responsables de elaborar planes nacionales de desarrollo y los gestores de los sitios, 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, 1999:2).

A tono con lo anterior, el documento brinda un panorama amplio de las muchas tareas necesarias para un abordaje más integrador que procure saldar las falencias habituales. Así, por ejemplo se habla de *facilitar y animar*, ante todo, a cuantos estén involucrados en la gestión y conservación del patrimonio para transmitir su importancia a la comunidad anfitriona o a los visitantes, así como a la industria del turismo para que éste se promueva y gestione respetando y acrecentando el patrimonio y las culturas vivas de las comunidades anfitrionas. También habrá de favorecerse el diálogo entre quienes representan los intereses de la conservación y aquellos de la industria: por un lado, para concientizar sobre la importancia y frágil naturaleza de los sitios con patrimonio, sus variados objetos y sus culturas vivas, incluyendo la

necesidad de lograr un desarrollo sostenible para ambos; por el otro, para formular planes y políticas concretas de desarrollo, con objetivos mensurables y estrategias para presentación e interpretación de los sitios y las actividades culturales para su defensa y conservación. Por fin, la Carta anima al compromiso entre todos aquellos que tengan intereses, responsabilidades y obligaciones para acordar en sus objetivos y para formular pautas detalladas que faciliten la puesta en práctica de los Principios de la Carta, según las peculiares circunstancias y exigencias planteadas por las comunidades u organizaciones pertinentes.

Avancemos ahora sobre los casos aquí estudiados, lo cual nos permitirá realizar algunas precisiones complementarias para una mejor operacionalización del turismo de base patrimonial y su potencial contribución al desarrollo de las comunidades albergantes.

1.1.1 Acerca de los casos estudiados

En efecto, los casos objeto de estudio reúnen algunas características que vale introducir a tono con las consideraciones teórico-conceptuales de nuestro apartado anterior. Por lo pronto, el conjunto resulta expresivo de la diversidad a la que nos referíamos inicialmente en cuanto a los “nuevos” patrimonios y modalidades turísticas hoy considerados, incluyendo aquellas matizaciones de lo étnico, lo recreacional y lo netamente histórico, a veces superpuestas:

- Así por ejemplo, la Fiesta del Inmigrante en Berisso y la de Bon Odori en la Colonia Justo José de Urquiza próxima a La Plata, son ejemplos claros de patrimonio inmaterial, ilustrativas de las danzas, los trajes y hasta los rituales de las diversas nacionalidades asentadas en el territorio.
- La Calle Nueva York (también en Berisso) y Meridiano V, el barrio platense gestado en torno a la vieja Estación del ferrocarril provincial, resultan enclaves urbanos de fuerte impronta histórica, en un caso testimonio de la época de esplendor de los frigoríficos Swift y Armour, y en el otro, de una dinámica económica que pobló de funciones variopintas el entorno edificado con el carácter que universalmente imprimen a sus contextos las terminales ferroviarias.
- La Isla Santiago, por su parte, si a primera vista parece remitir a un típico caso de patrimonio natural cualificado por la presencia del río y una vegetación exuberante, es también propiamente patrimonio cultural por su particular modo de ocupación del suelo y de construcción, con tipologías propias de las zonas

portuarias derivadas del uso de la chapa y la madera. En ello se emparenta con la ya citada calle Nueva York y con exponentes aislados que persisten en el Barrio Campamento (Ensenada), enclave urbano también cualificado paisajísticamente por el límite del río.

- La citada Colonia Urquiza, finalmente, es también caso típico de paisaje cultural por la impronta de la colectividad japonesa predominante y su tradición productiva en el sector de la floricultura.

Respecto de su utilización con fines turísticos o recreacionales, un caso particular lo constituye la Fiesta del Inmigrante, ya consolidada, que convoca numeroso público en su feria gastronómica y, sobre todo, en su desfile de las colectividades. Luego, podríamos mencionar a la Isla Santiago y Meridiano V que, a diferencia de la anterior, presentan actividad continua: más estacional en el primer caso, ligada a las bondades del clima para el disfrute del río y el pernocte; ya del todo instalada en el caso del área de la estación ferroviaria, que desde hace muchos años ha concitado la radicación de servicios de restauración y divertimento que convirtieron el lugar en un clásico platense. Los otros ejemplos estudiados no forman parte, por ahora, de ningún circuito que los vuelva atractivos y accesibles, en parte derivado de la falta de puesta en valor y conservación (como la Calle Nueva York, pese a que es ya un clásico entre las investigaciones sobre patrimonio regional), ausencia de propuesta dinamizadora del sitio (como en el Barrio Campamento, no obstante algunas intervenciones urbano-arquitectónicas tendientes a aumentar su atraktividad) o, lisa y llanamente, desconocimiento de su potencial por parte de la población y/o de la comunidad residente (tal el caso de Colonia Urquiza, aunque existe un parque recreacional privado que parece despertar cierto interés aun en visitantes foráneos).

Ante esta diversidad de situaciones, lógico resulta indagar más detalladamente las posibilidades de que estos recursos patrimoniales puedan también activarse como recursos turísticos, factibles de contribuir a la dinámica económica local. Tal como propone esta investigación, ante todo es necesario constatar si pueden despertar el interés de la demanda potencial y ser visitados. La pregunta es más que pertinente por cierto, pues existen numerosos casos en que el nivel de atraktividad del patrimonio no alcanza para movilizar visitantes y turistas. De hecho, hay quien juzga necesario diferenciar entre *patrimonio local* propiamente dicho y *patrimonio localizado*. Mientras que el primero refiere a “localidades con referentes patrimoniales de escaso interés más allá de la comunidad”, el segundo designa a “aquel cuyo interés trasciende su ubicación y es capaz de provocar por sí mismo flujos de visitantes con relativa independencia de la misma”.

“La capacidad de trascender su ubicación es, a mi entender, constitutiva y distintiva del patrimonio *localizado*, pero no es absoluta. A nadie se le escapa que existe un patrimonio localizado no deslocalizable, especialmente en el caso de algunas manifestaciones patrimoniales, ya que, en este caso, se produciría una pérdida importante de autenticidad percibida. Sin embargo, esto no debe impedirnos observar su naturaleza, es decir, que, si estas manifestaciones se hubieran producido en otra localidad, mantendrían su capacidad de atracción más allá del ámbito local, del mismo modo que la mantendría un determinado paisaje, mientras que otras manifestaciones, paisajes, u otros lugares y objetos presentan un interés estrictamente local” (Llorenç Prats,).³

La distinción anterior merece una aclaración para el lector no iniciado, ya que sobrevuela una cuestión nada sencilla sobre la que vale detenerse: ¿qué entendemos por *lo local*? Se trata de un tema capital, ya que una comprensión del concepto acaso demasiado estrecha ha producido desvirtuaciones muy nocivas: una no menor es, justamente, la identificación de *lo local* con *lo municipal*, restringiendo la formulación y aplicación de las estrategias de desarrollo a áreas definidas por lógicas meramente político-administrativas. Como bien señala Boissier, el desarrollo local ha de entenderse como un *concepto sustantivo que alude a una cierta modalidad capaz de tomar forma en territorios de variados tamaños* (aunque no en todos, dada la intrínseca complejidad del proceso). Resulta por lo tanto una simplificación asimilarlo a la idea de comuna (a *lo municipal*), ya que *lo local* cobra diferente entidad cuando se lo mira, por así decirlo, “desde afuera y desde arriba”: así, las regiones constituyen espacios locales vistas desde el país, así como la provincia es local mirada desde la región y la comuna lo es desde la provincia, etc.

Frente a esta situación, una definición a nuestro juicio muy apropiada cuando se trata este tema es la aportada por Di Pietro, para quien “lo local” es una “entidad subnacional de análisis, planificación y acción para el desarrollo que implica una serie de relaciones, comportamientos, pautas y convenciones comunes”. De hecho, su conceptualización es casi idéntica a una de las definiciones de “cultura”, entendida

³ “Cabe añadir, finalmente, que el patrimonio localizado forma parte también del patrimonio local (aunque no viceversa), incluso de un modo destacado, ya que el interés externo puede contribuir a una revalorización interna, aunque, por otra parte, su valoración e interpretación a nivel local no tiene porque coincidir necesariamente con la valoración e interpretación general y de los visitantes. De hecho, es muy frecuente que se produzca una sobrevaloración o una minusvaloración local del patrimonio localizado, así como una interpretación o interpretaciones divergentes. La diversidad de la casuística en este punto no nos permite extendernos más, pero atender a estas cuestiones evitaría probablemente algunas frustraciones en las expectativas de desarrollo turístico basado en el patrimonio local”.

como "conjunto de signos, representaciones, modelos, actitudes, valores, etcétera, inherentes a la vida social"; en otras palabras, entonces, podríamos pensar en lo local como aquella entidad subnacional en la que funge una cultura común.⁴

Así entendido, no sólo se amplía la dimensión del área geográfica a planificar y gestionar sino que se expande también el repertorio de bienes patrimoniales a considerar, que sin esta perspectiva hubiera quedado circunscrito al interior de una sola localidad; ahora, en cambio, el universo posible sobrepasa las lógicas de división del territorio que pudieran haberse impuesto obedeciendo a racionalidades ajenas a la cultura en virtud de la cual aquel deviene tal, elevándose más allá del mero espacio geográfico indiferenciado y anónimo.

La aparente digresión corresponde pues lleva a resaltar positivamente un rasgo compartido por los recursos patrimoniales estudiados: su localización en la denominada Región Capital de la Provincia de Buenos Aires, integrada por las ciudades de La Plata, Berisso y Ensenada, junto a Brandsen, Magdalena y Punta Indio. Aunque no formalizada institucionalmente, y pese a los límites político-administrativos que hoy demarcan los respectivos municipios (en el caso del partido de Berisso, escindido de La Plata sólo a mediados del siglo pasado), el territorio implicado ameritaría evaluarse como una **región socio-cultural**, en los términos de Bonfill Batalla:

“(…) la expresión espacial, en un momento dado, de un proceso histórico particular” compartido durante varias generaciones por “los pobladores de una determinada área territorial (que) experimentaron las mismas vicisitudes históricas, afrontaron los mismos desafíos, tuvieron los mismos líderes y se guiaron por modelos de valores semejantes (hasta forjar) un estilo de vida peculiar y, a veces, (...) una voluntad de vivir colectiva confiere su identidad a la colectividad considerada” (Giménez, 1999:40).

⁴ De las dificultades implicadas da testimonio la reflexión del propio Llorenç Prats, quien considera necesario distinguir entre *local* y *localidad*, atribuyendo a la segunda características similares a la propuesta por Di Pietro: “Provisionalmente, (...) voy a utilizar el término *localidad* en el sentido de delimitación territorial o administrativa habitada por una comunidad personalmente interrelacionada, sin un grado de anonimato significativo. Un mundo *conocido* de *conocidos*, ya se trate de un municipio, un concejo, una mancomunidad, un barrio, o cualquier otra figura de administración territorial que presente estas condiciones”. . Más aún, hablan de micro-regiones culturales de fuerte sabor localista, definidas a escala municipal: “los pequeños mundos municipales, llamados también localidades, terruños, patrias chicas o tierra natal” o “matrias”, concepto referido a un espacio en promedio diez veces más corto que la región, cuyo radio puede abarcarse de una sola mirada y recorrerse a pie de punta a punta en un solo día y delimita “el pequeño mundo que nos nutre, nos envuelve y nos cuida” (Giménez, 1999:44).

Lo anterior no cuestiona la posibilidad de existencia de una identidad a escala de la localidad; de hecho, los antropólogos no dudan en considerar a la aldea o pueblo, al barrio, al terruño, a la ciudad, como territorios identitarios por excelencia, basados en la proximidad. Sin embargo, ha de tenerse en cuenta que las diferentes escalas territoriales (el municipio o comuna, la región, la provincia y la nación) funcionan como niveles empalmados entre sí, como territorios apilados o como nichos territoriales del hombre constituidos por capas superpuestas. En consecuencia, sin negar la existencia de las respectivas especificidades culturales, es presumible que el territorio percibido-vivido no se circunscriba a ellas sino que las trascienda, obligándonos a considerar una unidad territorial más extensa: por ejemplo la región, donde coexisten cierta unidad de estilo de vida y formas simbólicas difundidas *por toda* el área y las especificidades frecuentemente complementarias de un entramado de matris.

La perspectiva de pensar y gestionar el patrimonio regional como un todo aumenta así las potencialidades de los recursos radicados en las localidades componentes, incorporándolos en un circuito más vasto e integrador de un relato histórico compartido. Se trata de una cuestión no menor, por cierto, en tiempos en que la conveniencia de (re)introducir la región como macro-espacio de planificación y gestión de las políticas públicas aparece fuertemente sostenida con argumentaciones diversas. Entre ellas, una se vincula justamente con la genuina posibilidad de que los gobiernos locales encaren por sí solos este tipo de procesos de desarrollo. Si se toman en cuenta las enseñanzas extraídas de los intentos nacionales emprendidos durante la década de 1990, uno de los requisitos básicos es el tamaño de la ciudad, comprobado que asociada a ello viene también una cierta complejidad en la organización y cantidad/calidad de recursos del estado municipal cuanto de la sociedad civil que permitirían abordar procesos tan complejos. Sin embargo, dado que otro requisito indispensable es optimizar las ventajas del efecto "cercanía" sobre las interacciones sociales e institucionales de todo tipo, el rango ideal se ubicó en ciudades de hasta 100.000 habitantes (que conjugan ambas posibilidades). Esto deja afuera de juego a la gran mayoría de las localidades del país, por lo cual el sentido común sugiere que se asocien constituyendo microrregiones, corredores productivos u otros modos cooperativos. Claramente ese no parece el caso de las ciudades aquí consideradas. Si fuera por el tamaño (que vale decirlo, no es por cierto la única condición de posibilidad requerida), Berisso (con 88.000 habitantes) y Ensenada (con 55.500) bien podrían encarar el desafío por sí solas; La Plata (con 650.000), por su mayor complejidad debería definir sub-unidades que saquen provecho y consoliden la existencia de diversos perfiles productivos sobre los cuales trabajar. Aún así,

considerando la todavía escasa instalación turística de su rico y variado patrimonio cultural y la necesidad de consolidar el sector para contribuir a las estrategias de desarrollo, también aquí la perspectiva regional parece la más adecuada para su respectiva activación. Veamos entonces, más detalladamente, lo que en las últimas décadas se ha perfilado como el camino más apropiado para un mejor aprovechamiento del recurso turístico en la escala territorial señalada.

1.1.2 Algunas consideraciones para optimizar los recursos patrimoniales en apoyatura del desarrollo territorial

Para ello debemos retomar lo esbozado acerca de aquellas configuraciones territoriales de sorprendente dinámica económica, basada en el comportamiento innovador de una multitud de pequeñas y medianas empresas, altamente especializadas y con división de tareas a lo largo de la cadena de valor. Su estudio desde diversas disciplinas, pero sobre todo desde la organización industrial (aplicando el modelo marshalliano del *distrito*), permitió comprender más acabadamente la importancia decisiva del *ambiente* o entorno socio institucional, que facilitaba la interrelación de las PYMES entre sí y con las instituciones locales en un marco de competencia y cooperación. Sin estos antecedentes fundacionales no puede comprenderse el resurgimiento del interés por el territorio (ahora entendido ya no como mero factor sino como auténtico actor de los procesos de desarrollo), el renovado interés por su planificación (emblemáticamente, en su modalidad *estratégica*), ni los muchos términos que pueblan hoy la bibliografía y aluden a distintas configuraciones o modos de organización de las empresas en el territorio, sean los *distritos industriales* ya mencionados, los *distritos* tecnológicos, los *millieux* o *medios innovadores*, los *sistemas productivos localizados* y, por supuesto, los más difundidos en el sector turístico: los **clusters**.

“La palabra *cluster* se refiere a una concentración geográfica de empresas e instituciones, en la cual la interacción genera y sustenta ventajas competitivas. Hasta ahora no existe consenso sobre una traducción al castellano del término *cluster*. Se utiliza “agrupamientos industriales”, “distritos industriales” y “agrupaciones locales”, en ocasiones con significados levemente diferentes. La idea principal es que por medio del desarrollo de *clusters* o agrupamientos industriales se podrían generar ventajas competitivas avanzadas (principalmente

conocimiento e innovación), de particular relevancia para los grupos de pequeñas y medianas empresas concentradas sobre un territorio” (CEPAL, 1994:49).⁵

Aunque suene a verdad de Perogrullo, es importante recordar que el *cluster* no es un fin en sí mismo, como tampoco lo es la explotación turística *per se*. En cualquier caso, el objetivo es producir más riqueza y empleo, lo cual va ligado al incremento de la cadena de valor del turismo (por ejemplo, logrando que el visitante/turista amplíe su estadía en la región con el propósito de que gaste más y se generen mayores ingresos). En términos técnicos más precisos, hablamos de articular las distintas actividades productivas y de servicios para crecimiento del sector: así, además de aquellas que le son propias, aparecen nuevas empresas que se preocupan de la provisión de alimentos, de la infraestructura básica, de la capacitación del personal, etc., que es lo que va dando complejidad al tejido productivo regional. Dicho de otro modo, se persigue la colaboración entre los distintos tipos de establecimientos para *estirar* la estadía de los visitantes: si hay buenos circuitos turísticos, los visitantes se podrán quedar más días; para ello es esencial que haya buenos alojamientos y buenos restaurantes, lo que a su vez, hace más grata la estadía y puede incentivar la visita de más atractivos en cada localidad. En este sentido, en cada una de ellas se pueden establecer relaciones de cooperación para retener a los turistas, y entre las distintas localidades y circuitos se puede competir por los mismos, lo que a su vez, es un incentivo para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

Siempre algo reduccionistas frente a la complejidad del desafío que supone consolidar un agrupamiento con las características señaladas, la bibliografía abunda

⁵ A nuestro entender, más importantes que las dificultades de traducción del término resultan las diferencias conceptuales que distinguen al *cluster*, por ejemplo, del *distrito industrial*. Aunque el autor nos hable de “significados levemente diferentes”, en rigor de verdad no lo son tales pues refieren a modelos de organización industrial muy diferentes. Vale al respecto lo dicho por Kosacoff y López (2000): “En el caso específico de las PYMES, de la literatura disponible [...], surge que la “asociatividad” y la interacción con otros agentes e instituciones –en particular, pero no excluyentemente, con aquellos que están geográficamente cercanos- podría ser una de las vías para facilitar la transición hacia niveles crecientes de competitividad. Obviamente, los renombrados ‘distritos industriales’ italianos serían el ejemplo más claro en este sentido, entendiendo por tal “*una entidad socio-territorial caracterizada por la presencia activa de una comunidad de personas y de un conjunto de empresas en un espacio geográfico e histórico determinado*”. En ellos, “*al contrario de lo que sucede en otro tipo de entornos, tiende a haber una ósmosis perfecta entre la comunidad local y las empresas*”. Desde esta perspectiva, recomiendan diferenciarlos del *cluster* ya que, a su juicio, si bien este se caracteriza también por la concentración sectorial y geográfica de las firmas que debería estimular la generación de economías externas, no implica necesariamente el desarrollo de relaciones de especialización y cooperación entre agentes locales. En ese sentido, el distrito industrial sería una etapa posterior en la evolución del *cluster* que emerge cuando logra desarrollar no sólo patrones de especialización inter-firma sino, también, formas implícitas y explícitas de colaboración entre agentes económicos locales y fuertes asociaciones sectoriales.

en formulaciones prescriptivas para promover la colaboración regional. Sólo a modo de ejemplo, citamos algunas de las más recurrentes:

- impulsar la elaboración de un proyecto turístico regional público/privado;
- elaborar una política regional de apoyo crediticio y fomento productivo de las actividades turísticas, destinado a fortalecer la capacidad competitiva de las empresas;
- producir una guía turística regional que incluya información detallada de todos los atractivos que ofrece la región;
- diseñar y construir nuevos circuitos turísticos locales y recuperar otros existentes con apoyo público y participación privada;
- desarrollar la capacidad asociativa empresarial de cada uno de los circuitos;
- incentivar la cooperación público-privada a nivel de cada localidad donde las municipalidades deben tener un rol central.

Tal como se ve, a la idea de impulsar un *cluster* (u otro tipo de configuración similar) subyace siempre el interés por conformar, apuntalar y expandir agrupamientos empresariales organizados que puedan generar ventajas competitivas avanzadas para los grupos de PYMES concentradas sobre el territorio. Sin embargo, para que avancen y se afirmen es necesario tener una perspectiva regional que aporte a la actividad turística un proyecto de desarrollo estratégico; esto, a su vez, requiere la voluntad de muchos actores para consensuar un proyecto político común que elija el turismo como un camino posible de desarrollo territorial.

Finalmente, digamos que si bien ha sido objeto excluyente de este marco conceptual, no ha de creerse que el patrimonio sirve a los fines del desarrollo *exclusivamente a través de su explotación turística*. Por el contrario, acaso su mayor aportación sea contribuir a la consolidación de la identidad y sentido de pertenencia comunitaria, requisito *sine qua non* de todo emprendimiento de desarrollo más allá de la escala de intervención o del perfil productivo predominante en el territorio. En términos de desarrollo, la identidad importa y mucho en la medida que resulte positivamente percibida, refuerce el sentido de pertenencia socio-territorial y despliegue así toda su potencialidad, deviniendo recurso para la acción. De allí que otro tema fuertemente instalado en las últimas décadas sea la necesidad de fortalecer el diálogo patrimonio-comunidad. Claro está que ello supone alejarse de los modos más tradicionales caracterizados por la preeminencia del especialista, reconociendo el patrimonio como conocimiento complejo a construir basándose en el intercambio de saberes diversos y complementarios, tan genuinamente válidos los propiamente

académicos como los comunitarios y populares. Ese trabajo de intercambio no es resultado de uno o dos talleres pseudo participativos que suelen abundar para legitimar políticas patrimoniales decididas de antemano: aunque la brevedad no permite más que introducirla, destaca sobre todo el recurso de la **investigación-acción participativa**, superadora de la *investigación participante* que ha reinado -y continúa haciéndolo- en el campo de la antropología. Se trata de investigación social desarrollada mediante colaboración entre un investigador profesional y los “dueños del problema” en una organización local, una comunidad o un grupo intencionalmente creado para un propósito específico. Los conocimientos expertos se consideran importantes, *pero los conocimientos locales se consideran esenciales*. Juntos, en un espacio nuevo creado entre todos, los conocimientos de unos y otros generan nuevas formas de comprensión de las que no se disponía antes.

Aun con la brevedad impuesta a este apartado, queda a la vista que el espectro de acciones para activar el patrimonio cultural como recurso para el desarrollo territorial son tan variadas como desafiantes, y van mucho más allá de la mera declaración de interés nacida de una ordenanza gubernamental destinada a evitar su modificación o destrucción. Con toda su importancia como requisito de partida, resulta indispensable complementarla con formulación de políticas *ad hoc*. Cuando de su aprovechamiento turístico se trata, tal como interesa a esta investigación, no tendrían que olvidarse los siguientes aspectos:

- encarar una planificación integral e integrada del recurso con visión territorial (en este caso, considerando la Región Capital como un todo),
- avanzar hacia la conformación del sector como subsistema productivo local que articule los intereses público-privados, promueva la especialización y división de tareas entre las PyMES regionales y multiplique/consolide los lazos cooperativos sin por ello abortar la competencia indispensable;
- crear o potenciar las capacidades de los gobiernos locales para construir un entorno institucional adecuado para asistir a las empresas del sector en la capacitación de sus RR.HH, actualización tecnológica, etcétera, promueva el desarrollo innovativo de productos y procesos, y facilite la apertura y radicación de nuevos actores a fin de diversificar la oferta de servicios e incrementar la cadena de valor del sector;
- realizar sistemáticamente estudios para la identificación de nuevos recursos de interés y su demanda potencial a fin de ampliar circuitos y atractivos del territorio.

1.2 LA “EXPERIENCIA CULTURAL”, UN NUEVO PARADIGMA PARA LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Uriel Charne y Florencia Moscoso

A lo largo de los últimos años, “viajar” ha llegado a considerarse *un estilo de vida*: los viajeros anhelan conocer otras culturas e identidades, conectarse con el destino en su conjunto, participar de experiencias auténticas y responsables con el entorno en lo social, ambiental y económico. Esto se traduce en la necesidad de que los destinos puedan ofrecer diversidad de experiencias turísticas que reporten un valor añadido, tanto para el turista como para la comunidad residente. Para ello ha de partirse de aquellos rasgos culturales e identitarios, materiales e inmateriales, que integran el patrimonio de un determinado territorio o localidad, entendido como *ventaja comparativa*. Sin embargo, ese patrimonio no actúa por sí mismo como atractor *a priori*, por lo cual se precisa desarrollar procesos de aprendizaje, gestión del conocimiento y mejora continua, logrando así agregar valor a los recursos iniciales y convertirlos en auténtica *ventaja competitiva*. En otras palabras, debe fomentarse el desarrollo de vivencias únicas y memorables que difícilmente puedan ser replicables en otros sitios.

Lejos de temer al cambio, los destinos deben acometer la reestructuración de su oferta a tono con las tendencias del mercado turístico y los perfiles de los nuevos turistas: en esta dirección, como primera medida deben identificar las motivaciones del viajero y sólo entonces proponer productos específicamente concebidos en función de aquellos deseos y necesidades. Frente al modelo tradicional que focalizaba la atención en los recursos relegando a segundo plano las características de la demanda, el nuevo paradigma implica reconocer los *nichos de demanda* que se pueden satisfacer y actuar en consecuencia, desestimando las áreas y productos en lo que puede competir.

1.2.1 Hacia un nuevo contexto experiencial

Los cambios constantes del entorno donde tiene lugar la práctica turística han propiciado nuevas formas de hacer turismo y por lo tanto dado lugar a nuevos perfiles de turistas y viajeros. Algunas de las tendencias más destacables de los últimos años se centran en aquellas vinculadas a los estilos de vida: la personalización de la vivencia turística, la disponibilidad de información, productos y servicios amigables con

el medio ambiente, diversificación de los gustos, nueva valorización del tiempo de ocio (escapadas), viajeros hiper-conectados, productores de contenidos involucrados en la industria colaborativa por medio de los *review sites* (TripAdvisor, Booking).

Las personas ya no viajan sólo para recuperarse física y psíquicamente como lo hacían años atrás cuando el turismo era una actividad pasiva; hoy los viajeros van en busca de sumergirse en una cultura, identidad, conectarse el destino en su conjunto, participar de la experiencia y alcanzar cierto grado de realización personal. En otras palabras, buscan experiencias auténticas donde puedan exteriorizar su expresión personal por medio de la creatividad. En este sentido, se destaca que el viajero busca experiencias que proyecten determinadas cualidades en relación a sus expectativas. Esto se traduce en la necesidad de los destinos de contar con experiencias turísticas que tengan un valor añadido.

Frente a este hecho los destinos han tenido que adaptarse en la búsqueda de una nueva hoja de ruta que guíe el desarrollo y puesta en valor de sus atractivos, analizando distintos escenarios posibles en los cuales se desarrolla la actividad. Pasándose así de una gestión de productos a la gestión de las experiencias turísticas. Dicha gestión hace necesario plantear una investigación sobre las necesidades de los usuarios de una manera no intrusiva, de forma controlada y teniendo como instrumentos y técnicas de observación las TIC's. Centrándose en involucrar a los usuarios de manera activa en el proceso de investigación y permitiendo el desarrollo de nuevos productos y servicios de una manera co-creativa.

1.2.3 De la gestión de servicios a la gestión de experiencias

El proceso de globalización experimentado en las últimas décadas ha reducido en muchos casos el papel de las culturales locales (Canclini, 1995): el avance de una cultura homogénea ha expandido modos, prácticas y estilos de vida a lo largo y ancho de todos los países, fuertemente impulsada por los medios de comunicación e información que reducen la brecha espacio-temporal. En ocasiones, la desarticulación entre espacios globales y locales provoca la pérdida de identidad y la generación de una cultura uniformada en todo el mundo, desatendiendo los factores socioculturales, económicos y ambientales inherentes a un territorio determinado: en palabras de Jiménez, “se ha perdido identidad precisamente en función de una estandarización de productos y servicios concebidos siempre para el otro, el de fuera” (citado por Martínez, 2010:210).

La consecuente primacía de una cultura sobre el resto, ha permitido a las empresas gestionar más eficientemente el mercado global creando productos seriadados

y estandarizados, a la par que disminuyendo cualquier elemento propio, particular e identitario local que pueda diferenciarse hasta llegar, incluso, a sustituirlos (González Cruz, 2004). El establecimiento de los denominados *enclaves* en las costas del Caribe, como Cancún, constituye la máxima expresión de una nueva tipología del turismo de masas: espacios asociados al consumo, iguales en su construcción y replicados a lo largo del mundo; en otras palabras, *espacios turistificados*. Bajo este modelo de desarrollo exógeno se invisibilizan prácticas culturales e identidades del territorio, dando lugar a impactos socioculturales, ambientales y económicos para los habitantes del destino.

En contraposición a este consumo homogéneo, han ido surgiendo nuevos perfiles de viajero asociados a un consumo responsable, exigente y personalizado, que los destinos turísticos buscan capturar reforzando la competitividad de su oferta. En consecuencia, se ha producido un cambio pasándose de una *economía de servicios y productos* a la llamada *economía de experiencias*, cuyo objetivo es generar experiencias sensoriales y vivenciales que puedan resultar memorables para cada persona/individuo. Bauman nos permite apreciar dicho fenómeno a través del siguiente apartado (1999):

“La regla del juego consumista no es la avaricia de obtener y poseer, ni la de acumular riqueza en el sentido material y tangible, sino la emoción de una sensación nueva e inédita. Los consumidores son, ante todo, acumuladores de sensaciones; son coleccionistas de cosas sólo en un sentido secundario, como subproducto de lo anterior”.

En su libro “*Experience Economy*” (1999), Pine y Gilmore han sentado las bases, causas y características de esta economía, atribuyendo el advenimiento de las “experiencias” a la dificultad que enfrentan los prestadores de servicios al momento de diferenciarse; en otras palabras, deriva de la búsqueda de competitividad en el mercado generando un valor añadido en el servicio: *una experiencia significativa y transformadora*.

Ahora bien, ¿qué entendemos concretamente por “experiencia” en turismo? Además del propio Bauman, autores como González y Otero (2013) y Fuentes *et al* (2015), permiten entenderla como *una vivencia y percepción memorable, personal, subjetiva, emocional, en la cual entran en juegos los sentidos y sensaciones*. En palabras de Binkhorst, aludiríamos al proceso por el cual “el individuo se construye su propia narrativa” (2008:43).

Dado este nuevo escenario, el destino debe formular acciones de política turística en conjunto con todos los actores que conforman la cadena de valor y generar acciones creativas e innovadoras para el desarrollo y creación de experiencias en torno al patrimonio local. Para ello se cuenta actualmente con nuevas técnicas de investigación del mercado y sector turístico, impulsadas por las TIC's, una de las cuales es, precisamente, la denominada "co-creación de experiencias". Allí el visitante desempeña un rol clave en la construcción de vivencias únicas en el destino turístico, tomando como referencia su desarrollo personal y social; a partir de su entorno cotidiano, se analizan las variables sociales, culturales y personales que lo definen, entendidas como insumo para la toma de decisiones sobre el destino a visitar. Dicho de otro modo, el proceso no se basa en el producto ni en el destino sino en el contexto de referencia del futuro visitante y la interacción con la realidad que experimentaría en un nuevo entorno, diferente al habitual (Binkhorst, 2008).

Obviamente, el contexto experiencial a brindar por el destino turístico se compone de distintos factores, actores y redes, todos los cuales que deben ser identificados al momento de la formulación de las propuestas para facilitar una buena planificación y gestión: en el siguiente apartado, profundizaremos sobre dichas variables con el objetivo de establecer los primeros lineamientos en el desarrollo de vivencias que proporcionen un valor añadido para los visitantes (a partir de la singularidad) y los residentes (desde una perspectiva sostenible y competitiva).

1.2.4 Variables para la conformación de una experiencia turística

Ya en el año 1982, Holbrook y Hirschman establecieron el camino a seguir para pasar del modelo de *marketing* tradicional al mundo experiencial, señalando que el comportamiento del turista no se reducía al procesamiento de información sino que también comprendía el carácter placentero de las actividades de ocio y la importancia de los disfrutes sensoriales, los sueños, el goce estético y las respuestas emocionales. Más cercano en el tiempo, Aho (2001) destacó cuatro núcleos esenciales de la experiencia turística: emocionales, prácticas, transformadoras y de aprendizaje.

Brindar este tipo de servicio turístico implica, pues, necesariamente contemplar los deseos y necesidades de la demanda. Y una de las primeras tareas a emprender desde los organismos públicos y privados es la incorporación de nuevas herramientas que permitan obtener información clave y luego decodificar la más relevante para definir las características particulares de los visitantes. Así se dispondrá de un insumo indispensable para el diseño de experiencias según los distintos perfiles de turista, evitando la masificación y fortaleciendo la singularidad local.

Dado que el proceso para desarrollar experiencias turísticas innovadoras es muy complejo e intervienen múltiples actores, se considera pertinente analizar sólo las variables más importantes. En esta dirección, O'Dell y Billing (2005) identifican las tres siguientes:

(1) Los orígenes sociales y culturales de las personas, ya que diferentes orígenes dan lugar a interpretaciones diversas para un solo producto turístico; debemos preguntarnos cómo puede (o no) un único producto interesar y emocionar a todos los clientes.

(2) El entorno físico-social, pues en función del mismo distintas personas tendrán diferentes experiencias, incluso si realizan las mismas actividades.

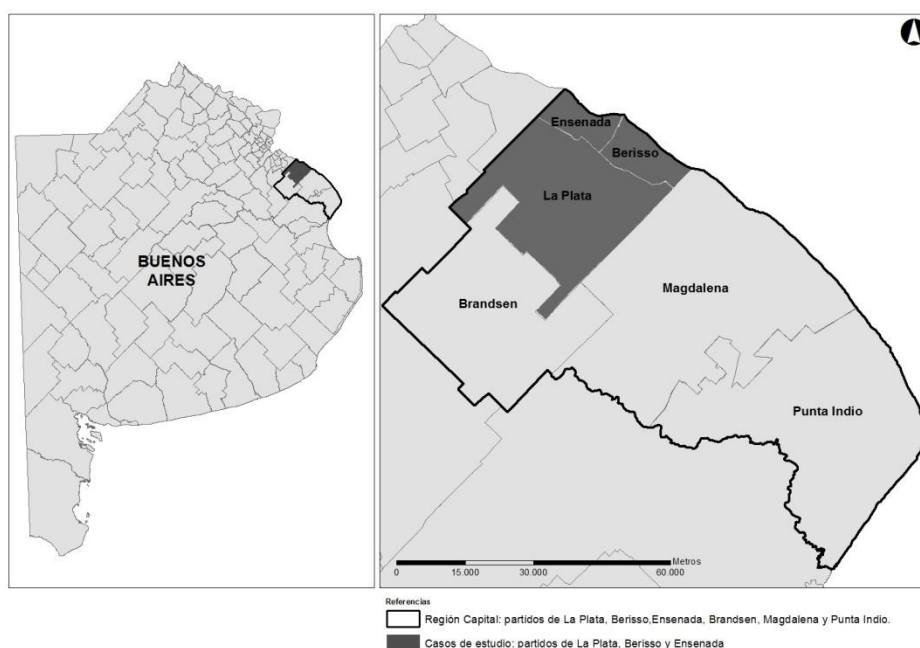
(3) Los factores sociológicos, psicológicos y contextuales, pues determinan el resultado de la experiencia: éstas son presenciales y dependen en cada caso del estado de ánimo, entorno social, situación personal, etc. Es decir que existen condicionantes de la experiencia turística (tiempo, dinero, conocimientos, habilidades) que dependen de los individuos y sobre los cuales no se tiene control.

Habida cuenta de estas características, es preciso generar *sorpresa sensitiva* superando las expectativas del cliente y otorgando valor a la experiencia por su autenticidad, su diseño innovador y por ser cuidadosa en todos sus detalles. Para alcanzar ese escenario, diferentes autores recomiendan realizar una "matriz de diseño de la experiencia", la cual se nutrirá de las mismas devoluciones de los clientes, proveedores y demás actores de la cadena de valor. En definitiva, de esta forma se logra que los mismos turistas sean el insumo principal de las experiencias de un destino determinado, ya que a raíz de sus sugerencias y recomendaciones se van realizando los ajustes necesarios. Todo ello apoyado en el profesionalismo de quienes participan de los organismos decisores (públicos y privados).

2. MARCO TERRITORIAL

LA PLATA, BERISSO Y ENSENADA, COMPONENTES DE LA REGIÓN CAPITAL DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

El área tomada como caso de estudio para el desarrollo del Proyecto está conformada por los municipios de La Plata, Berisso y Ensenada, componentes de la Región Capital de la Provincia de Buenos Aires junto a los de Brandsen, Magdalena y Punta Indio. La denominación en tanto región proviene del estatus de capital provincial de la ciudad de La Plata. La superficie de los tres municipios es de 1162 Km², de los que corresponden 926 a La Plata, 135 a Berisso y 101 a Ensenada. La población, según el Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2010, es de 799.523 habitantes, distribuidos 654.324 en el municipio de La Plata, 88.470 en Berisso y 56.729 en Ensenada.



Localización de los tres partidos en la provincia de Buenos Aires y en la región Capital

La región limita hacia el noreste con el Río de la Plata, hacia el noroeste con las comunas que integran el Área Metropolitana de Buenos Aires, el mayor conglomerado urbano del país, y hacia el sudeste y sudoeste con comunas básicamente rurales que integran el sistema geográfico de la llanura pampeana. La ciudad de La Plata se encuentra localizada a 57 Km hacia el sudeste de la Ciudad de

Buenos Aires, capital de la República Argentina, a la que está vinculada a través de un sistema de comunicaciones integrado por una autopista, caminos secundarios y vías férreas. Otras vías vinculan a la región con el esquema vial troncal de la provincia.

La región se caracteriza por un clima templado y húmedo, con una temperatura promedio anual de 16.2°C, siendo enero el mes más cálido (22.8°C promedio) y julio el más frío con un promedio de 9.9°C. Es importante el tenor de humedad relativa, con una media anual de 77%, a la vez que el promedio anual de precipitaciones es 1040 mm, con una distribución estacional bastante regular aunque con una disminución en los meses de invierno (junio, julio y agosto) (Hurtado et al., 2006, p. 7). Durante los últimos años suelen ocurrir tormentas intensas, con caída de granizo y fuertes vientos, las que son más frecuentes durante la temporada de verano.

En lo que concierne a la estructura productiva regional, según un estudio realizado por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata (Lauría et al., 2010), el sector terciario presenta primacía sobre los demás, con más de la mitad del valor bruto de producción (54%), repartido entre servicios (21%), comercio minorista (21%) y comercio mayorista (12%). El sector secundario representa el 42% de la estructura productiva, con un 36% correspondiente a industria, en tanto que el sector primario tiene una incidencia de sólo el 3%, con una absoluta primacía de la actividad frutihortícola.

2.1 Características físicas del territorio

En el marco de las regiones naturales de Argentina, el área de estudio se encuentra localizada en la llanura pampeana, que se caracteriza por la horizontalidad del suelo y su morfología uniforme, y resulta lindante con el Río de la Plata. El área ocupada por el río correspondió a una entrada marina que, empujada por las aguas de los ríos Paraná y Uruguay, retrocedió paulatinamente formando, hace unos cuatro mil años, el estuario actual. La presencia de un albardón, en parte disimulado por la erosión o por la acción humana, marca el límite de la antigua entrada marina, separando en la actualidad las tierras altas de las bajas, en las que son frecuentes los bañados.

Se diferencian por lo tanto dos áreas con topografías diferentes: la llanura costera y la llanura alta (Cavalloto, 1995), también denominadas terrazas baja y alta. La primera, entre la costa del río de la Plata y el albardón, se caracteriza por su relieve plano, con escasa pendiente, y por la presencia de sectores deprimidos; su altura promedio se encuentra entre los 2 y los 5 msnm, resultando terrenos no aptos para la agricultura. La llanura alta corresponde mayormente al partido de La Plata y presenta

cotas de nivel entre los 5 y los 30 msnm. Se trata de un suelo propio de una pradera, con gramíneas y buen drenaje, apropiado para cultivos; la acción humana a través del uso para actividades ganaderas y agrícolas destruyó la vegetación original. En ella se localiza un interfluvio principal, aproximadamente en sentido noroeste sudeste, que actúa como divisoria de aguas entre las dos vertientes principales de la región: hacia el Río de la Plata hacia el norte y río Samborombón hacia el sur (Hurtado et al, 2006, p. 10). En la primera, una serie de arroyos corre hacia el Río de la Plata, aunque en algunos casos sus cursos se hacen divagantes y generan bañados. En la otra vertiente se encuentran cabeceras de cursos que corren hacia el río Samborombón, ubicado fuera de la región de estudio.

Una característica de la costa fluvial fue la presencia de una caleta o ensenada que, como se describirá más adelante, resultó un factor determinante para el asentamiento de población y el desarrollo de la actividad económica. Dado que una característica singular del Río de la Plata consiste en el arrastre de sedimentos, la ensenada fue cerrada en un período de pocas décadas durante el siglo XIX, con lo cual hoy sólo queda un relicto de la misma, conocido como Río Santiago, separado del Río de la Plata por las denominadas islas Santiago y Paulino. A la vez, las costas del Río de la Plata se caracterizaban por la presencia de una selva marginal, de la que sólo queda en la actualidad un relicto localizado en la comuna de Ensenada, que cuenta con 31 Ha protegidas por el gobierno provincial con status de Reserva Natural Integral.

Los principales ecosistemas que se pueden hallar en la región son los siguientes (Michellod, 2001, p. 282-283):

- De playas y aguas del Río de La Plata. La vegetación sobre el agua es escasa salvo con la aparición de camalotales. La playa, arenosa o barrosa presenta juncales, a lo que sigue la comunidad de praderas ribereñas compuesta por algunas gramíneas bajas y compactas.
- De monte ribereño y selva marginal. Se trata de un área en su mayor parte forestada reemplazando a la primitiva selva marginal, que se dispone sobre los terrenos parcialmente inundables próximos al Río de La Plata. Las principales especies arbóreas constituyentes son el sauce, álamo, fresno y el arce, todas ellas exóticas. Las especies autóctonas que se hallan en calidad de relictos son el sauce criollo y algunos integrantes de la selva en galería. Comunidades próximas a éstas son las quintas de frutales y el matorral ribereño.
- De pajonal y pastizales inundables; ocupan los terrenos inundables de la franja central baja de las comunas de Ensenada y Berisso. Se encuentra paja brava,

espadaña en suelos más bajos, juncos en suelos de aguas permanentes y totoras en orillas de cuerpos de agua.

- De talas y pastizal. El pastizal es una comunidad que ocupa los campos altos, es explotado por el hombre para ganadería y agricultura y debido a esto sus condiciones primarias y naturales han sido muy alteradas. La composición vegetal está dada principalmente por flechillas, cebadillas, algunos carrizos y por las chilcas, junto a especies de cardos y otras especies introducidas. En suelos deprimidos y salobres, son frecuentes las áreas de plumerillos, jume y estepas de pasto salado. El talar es un bosquecito xeromórfico de escasa altura que se desarrolla en suelos más o menos altos, generalmente sobre albardones de conchilla, en la zona central y sur del partido, constituido principalmente por tala, molle, coronillo, cina cina, sombra de toro y algún espinillo.

2.2 Evolución histórica de la construcción del territorio

A efectos de presentar una secuencia de la ocupación por el ser humano del área de estudio y de las modificaciones del medio natural que la misma ha supuesto, se tomará el concepto de territorio como *“resultado de la representación, construcción y apropiación que del mismo realizan dichos grupos, así como de las relaciones que lo impactan en una simbiosis dialéctica en la cual tanto el territorio como el grupo humano se transforman en el recorrido histórico”* (Sosa Velásquez, 2012: 7).

Las comunidades originarias que poblaron la región pertenecían a la etnia Querandí, denominación de origen guaraní aplicada a la etnia conocida también con el nombre de Pampas. Se trataba de grupos cazadores y recolectores nómadas que *“recorrían la llanura desde el Paraná hasta la costa del Atlántico, siguiendo los movimientos estacionales de los cérvidos y las manadas de guanacos, y en sus paradas se guarnecían en rústicos paravientos hechos de pieles de animales, que los españoles llamaron tolderías”* (Birocco, 2009: 84). Por tal motivo, no quedan prácticamente testimonios materiales de su presencia, con excepción de algunos enterratorios humanos en los que se han encontrado restos de cerámica.

El origen de los primeros asentamientos posteriores a la ocupación española está vinculado al reparto de tierras que realizó Juan de Garay al fundar la ciudad de Buenos Aires en el año 1580. Hacia el norte y el sur de la ciudad estableció una serie de “suertes de estancia” que consistían en franjas de terreno perpendiculares a la costa del Río de la Plata. Hacia el sur, los frentes estaban en relación con el albardón que separa las tierras altas de los bañados aledaños al Río de la Plata; cada franja tenía un ancho de 3000 varas (2,580 metros) en tanto que la profundidad era de 9000

varas (7740 metros). A partir de Buenos Aires se desarrollaba una red de caminos, los principales conducentes a Paraguay Chile y Perú. Hacia el sur, el Camino Real del Sur se desarrollaba siguiendo aproximadamente la línea del albardón y conducía al pago de la Magdalena, a unos 100 Km de la ciudad de Buenos Aires, donde se había instalado a principios del siglo XVII una reducción de indios tubichaminís (Míguez, s/f).

La región se caracterizaba por la presencia de una caleta o ensenada que constituía un puerto natural con buenas condiciones de protección, sobre todo ante las sudestadas. Si bien el puerto no estaba oficialmente habilitado para el comercio, los negocios ilegales que se realizaban con los portugueses establecidos en la banda oriental del río llevó a las autoridades españolas a proteger la caleta a través de la instalación de una batería, conocida actualmente con el nombre de Fuerte Barragán, instalada en 1735 y objeto de sucesivas reconstrucciones hasta la definitiva del año 1801. El agrupamiento espontáneo de población en la zona llevó a que, en 1801, el Virrey Marqués de Avilés dispusiera la fundación de un pueblo, con la denominación de Villa de Nuestra Señora de las Mercedes y Puerto de la Ensenada de Buenos Aires. La localidad, origen de la actual ciudad de Ensenada, constituye el primer asentamiento urbano de la región. Estaba vinculado a través del denominado Camino Blanco (actual Rivadavia) al Camino Real entre Buenos Aires y la Magdalena. En 1810 se instaló el primer saladero en la zona (además primero de la provincia), próximo a la ensenada, propiedad de Roberto Staples. Este establecimiento sería el primero de una serie que caracterizaría al área.

En el año 1871 José Gerónimo Iraola fundó, en tierras de su propiedad, el pueblo de Tolosa, asentado sobre el Camino Real a la Magdalena. El mismo año comenzó a operar, en las proximidades del puerto natural, el saladero "San Juan", de Juan Berisso, tomado tradicional y oficialmente como origen de la futura ciudad de Berisso. En 1879 Berisso comenzó la construcción de un segundo saladero, "San Luis", que empezó a funcionar dos años más tarde. Estos establecimientos fueron la causa del asentamiento de población en la zona, lo que llevó, en 1885, a la instalación de una escuela primaria en las proximidades de los saladeros. El saladero San Juan abarcó más de 28 hectáreas de tierra y ocupó más de 2000 obreros, los cuales se fueron afincando en los alrededores.

Un cambio significativo en la configuración del territorio y en las comunicaciones se produjo con la inauguración del Ferrocarril Buenos Aires y Puerto de la Ensenada en 1872, cuya construcción se había iniciado en 1863 a partir de una propuesta de Guillermo Wheelwright. Este había visitado la zona cincuenta años antes en compañía de Bernardino Rivadavia y los ingenieros Santiago Bevans y John Coghlan, tenía una profunda confianza en las posibilidades del puerto de la Ensenada

y las ventajas que significaría la incorporación de los rieles para la comunicación en Buenos Aires. El trazado ferroviario seguía aproximadamente el límite entre los terrenos altos y los bañados pasando por la estancia de Leonardo Pereyra, cruzaba el bañado en diagonal hasta la actual Punta Lara y concluía, en su tramo inicial en las proximidades de la actual desembocadura del arroyo Doña Flora en Río Santiago, remanente de la antigua ensenada. Sin embargo, ya para la época de habilitación del ferrocarril se había acentuado el proceso de entarquinamiento de la caleta por sedimentos arrastrados por el río de la Plata. Los planos de fines del siglo XIX dan cuenta del proceso paulatino de formación de bancos que llevaron, finalmente, al alejamiento de la línea costera del frente del pueblo de Ensenada y de la batería y a la formación del brazo conocido hoy como Río Santiago.

A partir de 1882, la región pasó por una transformación sustancial con la decisión del gobierno provincial de edificar, en las tierras altas frente al puerto, la ciudad de La Plata, nueva capital de la provincia de Buenos Aires. El proyecto original preveía no sólo la ciudad propiamente dicha sino también un área circundante dedicada a quintas y chacras para el aprovisionamiento de la ciudad y la construcción de un puerto artificial de ultramar en reemplazo del antiguo puerto natural que se veía notablemente reducido en dimensiones y calado.

El trazado del casco urbano fundacional de La Plata es uno de los rasgos más característicos de la ciudad. Constituye una síntesis entre la tradición de ciudades en cuadrícula desarrolladas en América por los españoles y mantenida a lo largo de tres siglos, y las teorías urbanísticas progresistas e higienistas más avanzadas del siglo XIX. Son sus características:

- La ciudad está circunscripta en un cuadrado de 5 Km. de lado, definido por una avenida de circunvalación de 90 metros de ancho (formada por las avenidas 120, 32, 31 y 72). Más allá de ese límite se extendía la zona de quintas y chacras.
- En el interior del cuadrado, una trama regular basada en la manzana cuadrada de 120 metros de lado. Cada seis cuadras se incluye una avenida, cuyo mayor ancho permitiría la existencia de ramblas con árboles. El ancho de las calles es de 18 metros en tanto que el de las avenidas es 30 metros.
- Una trama de calles diagonales: dos principales que unen entre sí los vértices del cuadrado (diagonales 73 y 74) y seis secundarias que unen los principales parques y plazas.
- Una banda central formada por dos avenidas contiguas (51 y 53), conocida como Eje Monumental. Sobre esa banda se implantan algunos de los espacios y edificios principales de la ciudad (Catedral, Municipalidad, Teatro, Casa de Gobierno, Legislatura). A cada lado del Eje, las manzanas reducen su ancho a 60 metros,

umentando progresivamente de a 10 metros hasta alcanzar nuevamente los 120 del módulo básico de la manzana platense. Esta variación obedeció a la intención de generar un mayor número de calles en lo que se suponía iba a ser el área céntrica de la ciudad.

- Un sistema de espacios verdes formado por un parque ubicado en el extremo del Eje Monumental, el Paseo del Bosque, y veintitrés plazas que se implantan en los cruces entre avenidas. Las plazas tienen formas y dimensiones diferentes según dónde están localizadas; como regla general, cuando están en el cruce entre dos avenidas su forma es cuadrada, en tanto que si cruza también una o dos diagonales, la forma es poligonal. Para equilibrar la presencia del Bosque en un borde de la ciudad, algunos parques y plazas de mayores dimensiones se ubicaron en relación con las avenidas 25, 38 y 66.

- Los principales edificios públicos se distribuyen a lo largo de avenidas. En el apartado d) se comentó como los principales se implantan en el Eje Monumental, otros están en los ejes secundarios constituidos por las avenidas 7 (ministerios, bancos) y 13 (Palacio de Justicia, Dirección General de Escuelas). Las escuelas, por su parte, se distribuyeron de modo de brindar la fácil accesibilidad de la población.

El paulatino entarquinamiento de la ensenada por efecto de la acumulación de sedimentos arrastrados por el Río de la Plata hizo que, conjuntamente con la fundación de La Plata, se encarara la construcción de un puerto artificial, proyectado por el ingeniero holandés Juan Abel Waldorp. El proyecto comprendía un canal central y dos laterales que, recorriendo los terrenos bajos entre Río Santiago (resto de la antigua ensenada) y las tierras altas en que se localizó la capital provincial, formarían un puerto para barcos de poco calado a las puertas mismas de La Plata. Entre el canal central y los laterales el proyecto de Waldorp previó dos áreas urbanas, consistentes en sendas franjas de un ancho de dos manzanas estructuradas a lo largo de una calle central con un recorrido de ocho cuadras. En el sector Oeste (Ensenada) esto formó el barrio conocido como Campamento, denominado así dado que allí se instalaron los asentamientos de operarios que trabajaban en la construcción del puerto, en tanto que en el sector este (Berisso), el área es la que se estructura a lo largo de la calle Nueva York.

El trazado de la ciudad se superpuso en parte al del pueblo de Tolosa, a la vez que, hacia el sudoeste de la nueva capital, la instalación de hornos de ladrillos indujo la formación de un área urbana, conocida como Los Hornos. La fundación de La Plata llevó también a una modificación de la red vial y ferroviaria, al construirse caminos que la vinculaban con la ciudad de Buenos Aires a la vez que se extendían las vías férreas de modo de vincular a la ciudad con la Capital Federal, el puerto y otras localidades

como Coronel Brandsen.

La organización territorial resultado de la fundación de La Plata se manifestó también en la introducción de nuevas actividades. La horticultura, la floricultura y la forestación en la zona aluvional de Los Talas son indicadores de la diferenciación social y cultural en la que convivieron población criolla con los inmigrantes que llegaban a Argentina entre fines del siglo XIX y principios del XX.

Poco antes de la inauguración del puerto La Plata en 1890, comenzaron los loteos que formarían paulatinamente la localidad de Berisso, formada alrededor de los saladero establecidos por Juan Berisso desde 1871. Por su parte, la ocupación paulatina del casco fundacional de La Plata, que demandó casi una centuria, se vio acompañada, casi desde el inicio, por su desborde. Además del pueblo de Tolosa y de la ya mencionada Los Hornos, una serie de barrios y nuevas localidades fueron surgiendo en proximidades de La Plata, sobre todo en relación con los caminos que la vinculan con la ciudad de Buenos Aires y, en menor medida, hacia el Oeste en relación con las vías que conectan a la ciudad con el sistema vial primario de la provincia. En el primer caso, se destacan Villa Elisa (1886) y City Bell (1914) en tanto que sobre los ejes de las avenidas 44 y 520 surgieron las localidades de Melchor Romero y Abasto.

La construcción de la ciudad de La Plata actuó como atractivo para la radicación de inmigrantes que, masivamente, llegaban al país entre fines del siglo XIX y principios del XX. Los primeros censos de la capital provincial revelan el predominio de población extranjera sobre nativa y, entre la primera, la relevancia de la colectividad italiana. Los inmigrantes se asentaron también en el área portuaria donde, en Berisso y atraídos por las fuentes de trabajo constituidas por los frigoríficos instalados a inicios del siglo XX, se establecieron las más variadas colectividades lo que, hasta la actualidad, da un signo sociocultural distintivo a dicha ciudad. En 1904 se inauguró, en terrenos aledaños al canal central del puerto, el frigorífico La Plata Cold Storage Company Limited, que en 1917 fue adquirido por la compañía Swift de La Plata. Esta radicación, conjuntamente con la del frigorífico Armour (1915) tendrían un impacto económico y social fundamental para Berisso, siendo, durante décadas, unos de los componentes más claros de su identidad. La diversificación productiva generó un crecimiento urbano explosivo que, a pesar de las políticas públicas de apoyo a infraestructura de servicios, no fue suficiente para mejorar la calidad de vida. En 1922 se instaló la Destilería YPF, en tierras previstas para la ampliación del puerto, importante fuente de trabajo que produjo la diversificación de la actividad socio-económica, que hasta ese momento se remitía a los frigoríficos. A la vez, en 1925 se inició la construcción de la Hilandería

The Patent Knitting Company, que pasó a ser desde 1960 la Cooperativa Argentina Textil de Trabajo SRL.

De este modo Berisso adquiriría un perfil netamente industrial. El ambiente cosmopolita de la localidad, producto de las diferentes colectividades de inmigrantes y de la actividad portuaria, se expresó particularmente en la calle Nueva York, caracterizada por su actividad comercial, sus hoteles, restaurantes y cafés, además de sus tipos particulares de vivienda colectiva. Durante las primeras décadas del siglo XX fueron apareciendo también núcleos urbanos en las proximidades del Río de La Plata, entre los que se destaca Punta Lara, en el actual partido de Ensenada, destino típico de excursión para los habitantes de la región y del sur del Área Metropolitana, en especial durante los meses de verano.

Diversas causas llevaron a que la cuidadosa planificación con que había sido concebida la ciudad de La Plata, tanto en aspectos funcionales como espaciales, no se concretara tal como se había previsto. La conexión con la Capital Federal fue un motor de desarrollo de ejes funcionales secundarios en detrimento con el eje funcional y simbólico previsto en el plan original. La ciudad rebasó los límites previstos con la invasión de zonas de quintas y chacras y aun de territorio rural, por áreas urbanas. El puerto, nacionalizado en 1905, quedó como subsidiario del de Buenos Aires, aunque con importancia dada por los frigoríficos de Berisso, y dedicado casi exclusivamente a la actividad relacionada con la refinería de YPF instalada a partir de 1925 en tierras destinadas a la eventual ampliación de las instalaciones portuarias.

Desde la década de 1940 comenzó a acentuarse el proceso de instalación de industrias en la zona, entre las que se desatacan los Astilleros Navales Río Santiago en Ensenada y las industrias petroquímicas vinculadas a la refinería de YPF. En su conjunto, la región no presenta un perfil productivo único, ya que el partido de La Plata se caracteriza por el predominio de actividades terciarias (gobierno, centro universitario, servicios) en tanto que Ensenada y Berisso muestran un perfil industrial más definido. En el año 1957 los partidos de Berisso y Ensenada fueron deslindados de La Plata, iniciando de este modo su etapa autónoma. Las sucesivas crisis económicas vividas por el país durante las últimas décadas tuvieron un notable impacto en lo económico y lo social, a partir del cierre de los frigoríficos y de la recesión de las actividades de la destilería y del puerto.

Como testimonio de este proceso de ocupación y transformación permanente del territorio, la región cuenta con un rico patrimonio cultural en el cual es posible hallar todas las categorías que actualmente se incluyen en el concepto de patrimonio. El patrimonio natural está representado especialmente por la costa del río de la Plata, los restos de la selva marginal localizados en el partido de Ensenada y por la zona rural

surcada por cursos de agua en los que se aprecia en la actualidad parte de lo que pudo ser el aspecto original del territorio. Algunos sectores se encuentran protegidos, como la mencionada Reserva de la Selva Marginal de Punta Lara, el Monte Ribereño y las Islas Paulino y Santiago, declarados Paisaje Protegido por Ley provincial 12707, y, a modo de paisaje cultural, la Reserva Parque Paseo del Bosque de La Plata. Declarado Paisaje Protegido de interés provincial por Ley 13593.

En lo que concierne a patrimonio urbano, el Casco fundacional de la ciudad de La Plata fue declarado Bien de Interés Histórico Nacional en la tipología de Centro Histórico por decreto del Poder Ejecutivo Nacional N° 130/99, a la vez que declarado parte del patrimonio cultural de la Provincia de Buenos Aires por Ley 12121/98 y, en el ámbito local, el trazado de la ciudad está reconocido con carácter de histórico desde el Código de Edificación de 1949 por sucesivas normas referidas a uso y explotación del suelo y, específicamente, por la Ordenanza 8895/98. En Berisso, la Calle Nueva York, fue declarada Lugar Histórico Nacional por Decreto 735/2005.

La Plata se caracteriza por su rico patrimonio arquitectónico, integrado básicamente por los edificios públicos del período fundacional de la ciudad pero también por ejemplos significativos de todas las corrientes arquitectónicas del siglo XX; algunos, como el Museo de La Plata, el teatro Coliseo Podestá o la Casa Curutchet, entre otros, alcanzaron la categoría de Monumento Histórico Nacional. Rango similar ostentan en el partido de Ensenada el Fuerte Barragán, el puente giratorio del Barrio Campamento y la sede del Club de Regatas La Plata. Otros varios bienes, en los tres partidos, están protegidos por normas provinciales y locales. Existen, no obstante, testimonios significativos del proceso de ocupación del territorio que no han tenido aún el reconocimiento en calidad de patrimonio cultural, algunos de los cuales serán motivo de análisis para explorar su potencialidad como atractivos turísticos.

3. MARCO CONTEXTUAL

Se deja constancia que la información utilizada para este capítulo, así como las entrevistas que se mencionan, fueron obtenidas y realizadas durante los años 2013 y 2014, por lo que puede haber cambios posteriores en lo que se refiere a gestión en los ámbitos locales.

3.1 Presentación sumaria de la actividad turística en el territorio bajo estudio

El propósito de este apartado es describir sumariamente las políticas públicas implementadas para el sector turístico por los tres municipios que interesan a esta investigación y aproximarnos, de tal modo, a un diagnóstico del grado de integración alcanzado en la promoción y gestión de los recursos disponibles, así como en la identificación de aquellos de valor potencial que puedan contribuir a la ampliación/diversificación de la oferta territorial. A tal fin, se revisa el nivel de formalización institucional otorgado por los gobiernos locales a sus respectivas áreas con incumbencia en la materia, las normativas promulgadas, los actores convocados y las acciones emprendidas hasta la fecha.

3.1.1 La Plata

A tono con su envergadura administrativa y peso institucional en tanto ciudad capital de la Provincia de Buenos Aires, La Plata se destaca en el contexto regional por ser la única que se ha dotado de un organismo *ad hoc* para gestionar las actividades vinculadas al turismo local con cierto grado de independencia y autarquía: el Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR), creado en 2009 por medio de la Ordenanza N° 10.612.

Definido su objetivo general como “la promoción y desarrollo de las políticas municipales de turismo, coordinando su interacción con organismos regionales, nacionales e internacionales”, las funciones asignadas también incluyen las referidas a Investigación, Planificación y Sensibilización y Concientización. Teniendo en cuenta que el listado es amplio y diverso, se procedió a sintetizar dichas competencias en tres en 3 grandes ejes:

Por un lado, el primer eje, está estrictamente relacionado a las variables de demanda turística, haciendo especial hincapié en la promoción (nacional e

internacional). Ello incluye la idea de una comunicación externa, en función de la identificación de distintos segmentos de consumidores que se realice y el uso de los tradicionales soportes de comunicación impresos. Esto último implica, por ejemplo, la autorización de planos, folletos, guías de turismo y otros materiales de promoción.

Por otra parte, se puede identificar un segundo eje más relacionado con aspectos de la oferta turística. Ello incluye, en efecto, la identificación de los recursos naturales y culturales de los que se dispone, la planificación del calendario de eventos, el desarrollo de los servicios de información así como también la ejecución de planes y programas vinculados a la jerarquización de los servicios turísticos.

Finalmente, en el listado de funciones se podría identificar una tercera dimensión de trabajo. Se trata de las atribuciones relacionadas a la promoción y sensibilización en el plano interno que no tienen una orientación estrictamente comercial. En este sentido, el EMATUR tiene entre sus competencias difundir la actividad turística en los establecimientos educativos y la población en general con el objeto de estimular “una actitud positiva de la población hacia la actividad turística”.

De lo expresado se pueden extraer algunas observaciones. Por un lado se destaca como relevante que se incorporen competencias y funciones asociadas a fomentar y sensibilizar localmente la actividad turística y, también, que se incluya la posibilidad de cooperación con municipios de la región, siendo la apropiación de la identidad local la base para lograr un desarrollo turístico regional. Pero, por otro, se considera preciso señalar que dentro de las competencias no se explicitan funciones asociadas al uso de la información tal como el registro y sistematización de datos así como también el uso de nuevas tecnologías y soportes comunicacionales.⁶

De modo particular, en lo referido a la vocación de acometer emprendimientos compartidos que favorezcan el diseño e implantación de políticas integradas se le asigna potestad para: (i) celebrar convenios y contratos con entidades públicas y privadas, tendientes al logro de los objetivos fijados con sujeción a la Ley Orgánica de las Municipalidades; (ii) convenir con Municipios de la zona y otros organismos

⁶ Tal como resulta evidente, las funciones asignadas al Ente son tan numerosas como variadas, y con el denominador común de requerir personal capacitado y alto nivel de dedicación, además de un presupuesto considerable que, al menos por ahora, dista mucho de resultar suficiente que incluso debe complementarse con fondos de la Secretaría de Cultura para llevar a cabo, por ejemplo, todos los eventos y fiestas populares ofertadas (pudiendo el EMATUR concurrir sólo con los gastos de publicidad).

públicos o privados la realización de acciones conjuntas, tendientes a la investigación y planificación del producto turístico regional y el rol futuro de la actividad turística en el desarrollo de la misma.

En cuanto a su constitución, además de la imprescindible representatividad política que permita legitimar las decisiones⁷, se deja plasmada la intención de dotarlo también de representatividad comunitaria convocando a la participación de diversos actores: (i) Universidad Nacional de La Plata; (ii) Asociación de Empresarios Hoteleros y Gastronómicos; (iii) Cámara de Turismo de La Plata; y, (iv) Asociación Argentina de Agentes de Viajes y Turismo (Regional la Plata).

Si bien la posibilidad de integrar a representantes de los municipios vecinos escapa al alcance de las funciones del EMATUR (pues sólo opera en la esfera político-administrativa del gobierno local), el Ente ha exhibido intención política de que todas las ciudades que conforman la Región Capital (o sea, también Brandsen, Magdalena y Punta Indio) se potencien conjuntamente mediante el diseño de estrategias promocionales integradas. Una acción concreta fue la elaboración de un folleto regional presentado en la Feria Internacional de Turismo que tuvo lugar en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el mes de septiembre de 2013, publicación que llevaba por lema “La Región nos potencia” y apuntaba consolidar/diversificar los productos turísticos del territorio.

Además, según estos lineamientos, el EMATUR ha estado trabajando en la constitución de un *Bureau de Turismo de Reuniones* como nuevo Departamento al interior de su organigrama: a tal fin, junto a la Secretaría de Turismo y la Cámara de Turismo Regional La Plata se ha convocado a prestadores, representantes de centros comerciales y hoteleros de los diversos municipios para fomentar el crecimiento de este tipo particular de turismo y trabajar como un espacio de organización y coordinación de eventos (de hecho, ya existe una Dirección provincial *ad hoc* que ha logrado posicionar cuatro ciudades en el *ranking* mundial correspondiente a este segmento).

La Cámara de Turismo Regional La Plata

Creada con el objetivo de posicionar a la ciudad de La Plata y demás municipios de la Región Capital como destino turístico de interés, participan en ella ONGs, empresas, y directores de turismo de las ciudades implicadas y de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. El punto de partida es

⁷ Así, a las figuras del Presidente y Vicepresidente del Ente se suman el Director de Turismo y el Secretario de Cultura de la Municipalidad, el Presidente de la Comisión de Turismo del Concejo Deliberante y un Concejal por la primera minoría.

reconocer la enorme potencialidad del territorio para ofrecer productos diferenciados de gran variedad, basándose en un mayor aprovechamiento de su infraestructura y recursos naturales y culturales. A modo de ejemplo: (i) turismo arquitectónico, científico, cultural y de eventos (La Plata, actualmente la segunda plaza provincial en captar eventos académicos y deportivos de jerarquía internacional); (ii) de estancias, rural y productivo (Brandsen); (iii) ecoturismo (Reserva de la Biósfera Parque Costero del Sur y Reserva de Punta Lara); (iv) náutico (Berisso y Ensenada); (v) rural, de pesca y de Sol y Playa (Magdalena); (vi) etcétera.

A tono con lo anterior, lleva adelante acciones orientadas a fortalecer capacidades y oportunidades para el conjunto de los actores involucrados en el sector, tales como: encuentros con prestadores del sector público y privado, formación en asociativismo, sustentabilidad y accesibilidad, fomento de inversiones de mediano y corto plazo, promoción del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico de cada municipio (actuando “como veedor del Estado de estos bienes, planteando las falencias y la puesta en valor”).

Particularmente destacable es el protagonismo que ha desempeñado tras la firma del Convenio de Cooperación con la Provincia de Buenos Aires, aportando especialmente a la coordinación del trabajo realizado por los funcionarios municipales en sus respectivas ciudades mediante la convocatoria de reuniones periódicas para el intercambio de información y experiencias.

3.1.2 Berisso

En el caso de este Municipio, las actividades vinculadas con el sector turístico no se conforman como un área específica sino integradas bajo la Subsecretaría de Producción: Desarrollo Turístico, Playas, Mercado de la Ribera y Fiestas y Exposiciones, comparten allí espacio y presupuesto con otras tan variadas como Empleo, Sector Rural, Emergencia Agropecuaria, Mercados populares itinerantes, Programa de autoempleo joven, Promoción de nuestros Emprendedores, Formación para el Trabajo y Microempresas.

Resultante de esta gestión, a través de un aporte financiero de la Secretaría de Turismo provincial, en 2010 se inauguró el Centro de Información Turística emplazado a metros del Puente de la Autonomía, sobre la ribera del Canal Génova.

Sin embargo, la gran apuesta del Municipio es la creación del Mercado de la Ribera, concebido como espacio para comercialización regional de productos típicos locales con miras a incrementar la cantidad/calidad de los productos artesanales e

impulsar la economía regional, además de funcionar como un polo de actividades recreativas y turísticas. Actualmente en construcción en predio lindero al Canal Saladero, el proyecto contempla un “Paseo de los Productores” con los locales para comercialización, un “Paseo de la Ribera” donde funcionarán puestos gastronómicos y un “Paseo de los Pescadores”, con miradores al río, embarcadero para embarcaciones de recreación, todo ello articulado por una Plaza Central con un anfiteatro para espectáculos.

3.1.3 Ensenada

Si bien en la actualidad el Municipio cuenta con una Dirección *ad hoc*, cabe señalar que supo contar con el denominado Ente Municipal de Turismo de la Ciudad de Ensenada (EMTE), creado en 1998 por Ordenanza 2.219 y cuya principal función era delinear e implementar políticas de promoción para la ribera del Partido (en particular, Punta Lara) y el turismo ecológico en el Parque Martín Rodríguez, la Selva Marginal de Punta Lara y la Isla Santiago. A tal fin, sus actividades debían orientarse a: (i) promover la importancia del turista entre los comerciantes, vecinos, permisionarios de *camping*, etc.; (ii) promocionar las virtudes turísticas locales ante otros Municipios, encuentros y/o eventos de carácter, regional, provincial, nacional y/o internacional, y promover su proyección regional; (iii) publicar una guía turística periódica con detalle de servicios y precios en el Balneario de Punta Lara; (iv) realizar gestiones tendientes a lograr el embellecimiento de la Ciudad y sus accesos; (v) estudiar la factibilidad de crear una Escuela Municipal de Turismo. De especial interés a nuestros fines, el Ente procuraría fomentar la consolidación de un corredor turístico de carácter regional con las ciudades de La Plata y Berisso.

Discontinuado en gestiones posteriores y sustituido por la mencionada Dirección, las principales acciones para el sector se han focalizado en Punta Lara, atractor de turistas del conurbano arribados masivamente desde Florencio Varela, Quilmes, Bernal, Berazategui y demás municipios del último cordón del Sur de la Capital. Allí se ha construido ya el Parador Néstor Kirchner y se proyecta el Parque Costero “La Playita”, a financiar con fondos del Municipio y el Gobierno Nacional sobre un área de 4,5 hectáreas: el emprendimiento, según se lo divulga, respetará la estructura topográfica y la *ratio* tránsito peatonal-vehicular existentes, resguardando los espacios de alcance forestal y rehabilitando las áreas de clubes y esparcimiento del entorno inmediato. Entre sus componentes figuran la Plaza de las Colectividades,

mirador, camping y parrillas, mesas de juego, mirador vehicular, circuito aeróbico, pérgolas, dos áreas de estacionamiento y baños públicos.⁸

3.1.4 Hacia un planteamiento integrado de las políticas públicas para el desarrollo del turismo en la Región Capital y sus municipios componentes

Un verdadero punto de inflexión en las políticas públicas con miras a un enfoque cooperativo e integral de la promoción y gestión de los recursos del territorio resulta el Convenio de Cooperación y Asistencia Técnica suscrito en 2013 entre la Secretaría de Turismo provincial, la Cámara de Turismo Regional La Plata y la Federación Empresaria La Plata (FELP). Su finalidad es impulsar el desarrollo turístico regional como un todo, sin por ello relegar los rasgos singulares de los municipios incluidos, consignando entre los objetivos prioritarios la diversificación de la oferta de productos, la mejora del servicio a los visitantes, la elaboración de folletería inclusiva de todos los destinos, apoyatura en capacitación y la ejecución de campañas de concientización.

Sin embargo, tan claro como el potencial turístico del territorio resulta el desafío de pensar y actuar integradamente en el nivel regional. Por un lado, aparecen las limitaciones y condicionantes al interior de los propios municipios (típicamente, la escasez de recursos presupuestarios y humanos, no siempre capacitados o idóneos en la materia), revelando la brecha entre los propósitos discursivos y la apoyatura efectivamente brindada con miras al crecimiento y profesionalización del accionar público. Resulta indispensable superar las debilidades de planificación, vinculación y coordinación intramunicipal para optimizar el aporte de los diversos Departamentos con incumbencia en el tema (obras públicas, ordenamiento territorial, desarrollo social, etcétera), así como también para articularse productivamente con los otros actores ya sean del Estado (sus pares municipales, la provincia o la nación) o particulares, cada uno de ellos atravesados por sus propios intereses políticos o económicos.

⁸ No exento de controversias, las características proyectuales y constructivas del antecedente Parador (con una recurrencia al Hormigón Armado que algunos han juzgado intrusivo del entorno natural, con gran impacto visual y medioambiental, transgrediendo las leyes vigentes sobre la protección del ecosistema costero), han alertado a la organización de Ensenada "Nuevo Ambiente" promoviendo una denuncia ante la Unidad de Fiscales de Investigaciones Complejas (UFIC) de La Plata contra funcionarios de Vialidad de la Provincia y el Secretario de Ambiente del Municipio. Desde el gobierno local, se afirma precisamente lo contrario: que el tipo de obras encaradas protege el recurso natural conteniendo las grandes crecidas del río y defendiendo de la erosión consecuente la costa ribereña.

Por otra parte, las acciones desplegadas hasta la fecha desde la propia Cámara de Turismo (*per se* o en sintonía con municipios y provincia) no sólo son muy incipientes, sino que exhiben también las falencias de planificación con amplitud de miras y objetivos más ambiciosos, orientándose principalmente a las más básicas en la materia como la coordinación de fiestas populares y su promoción conjunta.

3.2 Oferta turística actual

A los fines de analizar la oferta turística de las ciudades estudiadas, se partió de la información provista por los sitios Web de los organismos del sector en los ámbitos provincial y local.

Por lo pronto, la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires promociona algunos recursos del territorio bajo estudio a través de sus sitios Web. Así, por ejemplo, en su sección “Ciudades” ofrece un portal específico sobre La Plata resaltando el atractivo de su patrimonio arquitectónico; en “Ríos y lagunas” se difunden los correspondientes a los municipios de Ensenada (calificando como “imperdibles” la Selva Marginal de Punta Lara, el Puerto y la Isla Santiago) y Berisso (del cual se destacan, además del Puerto, los testimonios sobrevivientes de los frigoríficos Armour y Swift, la Isla Paulino y la Fiesta del Inmigrante). Adicionalmente, la Secretaría cuenta con el Programa “Pueblos Turísticos”⁹, que invita a conocer la mencionada Isla Santiago cuyas *“casas de típico estilo ribereño, levantadas sobre pilotes, revestidas en madera y chapa, se emplazan en una traza irregular de senderos peatonales que le otorgan a la isla un encanto único”*.

Ya refiriéndonos a los gobiernos locales, hemos visto que cada municipio intenta la promoción de sus diferentes recursos culturales y naturales. En el caso de la Plata, la difusión de los atractivos de la ciudad se realiza desde dos portales diferentes: el propio sitio Web municipal y el gestionado por el EMATUR. El primero de ellos, se orienta básicamente a los recursos culturales y los presenta ordenados por circuitos según el siguiente detalle:

- Eje Cívico (el único “a pie”, y predominantemente arquitectónico), que propone un recorrido a lo largo de las dos Avenidas que integran el denominado Eje Monumental, donde se localizan los principales espacios públicos y edificios

⁹ El Programa se orienta a “beneficiar a las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires, promoviendo e incentivando el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles, generando identidad, fuentes de empleo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo”.

institucionales, junto a otros inmuebles con significativo valor histórico y/o arquitectónico: (i) Casa Curutchet, única vivienda en el continente americano proyectada por el arquitecto Le Corbusier, uno de los más destacados del siglo XX en el mundo; (ii) Casa de Gobierno (también Residencia del Gobernador) y Legislatura de la Provincia de Buenos Aires, ambas en torno a la Plaza San Martín; (iii) Pasaje Dardo Rocha, centro cultural que ocupa el edificio remodelado de la primera estación ferroviaria de la ciudad; (iv) Centro de las Artes y del Espectáculo Teatro Argentino; (v) Palacio Municipal e Iglesia Catedral, ambos en torno a la Plaza Moreno, centro geográfico de la ciudad.

- Cultural, que agrupa museos, teatros y centros culturales, sin constituir un circuito en sentido estricto ya que sus componentes están dispersos en toda la geografía de la ciudad. Se incluyen veintiún museos (desde el de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de La Plata hasta aquellos pertenecientes a escuelas o institutos universitarios) y dos teatros, el ya mencionado Teatro Argentino y el Coliseo Podestá, el más antiguo de la ciudad aún en funcionamiento. También incorpora un sub-circuito religioso, integrado sólo por cuatro templos católicos (Iglesia Catedral, San Ponciano, San Francisco y Nuestra Señora de la Victoria).
- Infantil, único de los circuitos definido a partir de la demanda, que incluye recursos heterogéneos que permiten actividades a realizar por niños. La pieza fundamental es la República de los Niños, parque temático localizado en las afueras de la ciudad, complementada por el Museo de Ciencias Naturales y los jardines zoológico y botánico y el circuito cultural Meridiano V.
- Paseo del Bosque, que agrupa los atractivos localizados al interior del principal Parque urbano y satisfacen diferentes segmentos de la demanda: Museo de Ciencias Naturales, Jardín Zoológico y Botánico, Observatorio Astronómico y Planetario, Teatro al aire libre “Martín Fierro”, Hipódromo y Casa Ecológica.

El EMATUR presenta una propuesta similar, aunque más atractiva visualmente y con algunas diferencias superadoras en cuanto a las categorías de búsqueda y *links* directos al Centro de las Artes y el Espectáculo Teatro Argentino, Museo de Ciencias Naturales y Secretaría de Cultura. A modo de ejemplo, “Descubrí La Plata” desglosa su oferta del siguiente modo: (i) *Circuitos*, con buena parte de los mismos componentes propuestos por el Municipio, aunque agrupados bajo otras modalidades y anexando otros dos: “City Bell” y (ii) “Memoria”; (ii) *Atractivos*, subdivididos en Museos, Centros Comerciales, Teatros y Centros Culturales, Templos, Monumentos, Edificios públicos y Espacios verdes, que amplía la oferta de la Municipalidad para

incluir algunas salas teatrales menores, una lista de monumentos y templos consagrados a diferentes credos religiosos; (iii) *Actividades*, que releva las ferias artesanales y de microemprendedores, además de enclaves culturales y naturales; (iv) *Localidades*, que lista aquellas de La Plata que se puede visitar. La categoría “Noticias”, por su parte, incluye reseñas periodísticas e informaciones referentes a los atractivos ofrecidos y “Agenda cultural” promociona eventos heterogéneos para diferentes segmentos de público.

En cuanto al municipio de Ensenada, también presenta su oferta turística bajo la forma de circuitos: en primer lugar, propone la visita al balneario de Punta Lara, extendido a lo largo de las costas del Río de la Plata, incluyendo algunos componentes de índole cultural (Parroquia Stella Maris y edificio del antiguo Jockey Club, hoy perteneciente al Club Universitario). Además se promocionan otros atractivos del mismo tipo, por lo general a partir de circuitos barriales (el Dique, El Farol y Campamento, Centro y Barragán), para cada uno de los cuales mencionan los componentes específicos que revisten valor histórico.

Por fin, Berisso cuenta también con el sitio Web “Berisso, naturaleza y cultura”, lo que da un indicio de cómo este municipio promueve tanto sus recursos naturales como culturales, además de ser el único que hace referencia al patrimonio cultural inmaterial. En lo que concierne a recursos naturales se hace referencia a las playas sobre el río de la Plata así como al delta y arroyos; como patrimonio cultural material se menciona la Calle Nueva York y, en lo referente a patrimonio cultural inmaterial, se menciona el Vino de la Costa y aparece un apartado sobre fiestas de la ciudad, entre las que se destaca la Fiesta Provincial del Inmigrante, que pone en evidencia el peso de las diversas colectividades en la identidad cultural local.

Dado lo anterior, es posible afirmar que en los tres Municipios que interesan a este trabajo existe claramente un reconocimiento al papel que juega el patrimonio cultural como atractivo turístico; sin embargo, confrontando la información disponible en los respectivos sitios *Web* con el conjunto de los sitios de valor patrimonial existentes en el territorio con capacidad de atraer potenciales visitantes, resulta evidente que resta aún un número importante que hasta el momento no han sido activados turísticamente. Inversamente, otro tipo de atractivos no mencionados en las fuentes oficiales consultadas funcionan, de hecho, como recursos más o menos posicionados: tal el caso de las fiestas populares “de la cerveza”, “del alcaucil”, “del tomate platense”, “del pan dulce”, junto a eventos culturales como el Festival Internacional del Folclore (FIFBA) y Ciudad Alterna, que si bien son mencionados por el EMATUR o el Municipio de La Plata en algunos casos son escasamente promocionados.

4. MARCO ANALÍTICO-VALORATIVO

4.1 Aspectos metodológicos

A efectos de proceder a un diagnóstico de situación de los seis recursos tomados como casos de estudio, se ha procedido a un registro sistemático de los mismos que implica tanto la descripción de sus características como su evaluación desde el punto de vista turístico. Con el fin de considerar las posibilidades de diversificación de la oferta turística en un destino es de vital importancia distinguir los conceptos de *atractivo* y *producto*. Cada una de estas categorías implica una serie de atributos diferenciales; dicha diferenciación no posee una utilidad simplemente analítica sino que también, y como se verá más adelante, una utilidad eminentemente operativa y práctica para el ente o el organismo decisor de política turística.

En este marco, se define por atractivo al conjunto de bienes y servicios, materiales o inmateriales, estén o no institucionalizados bajo alguna categoría patrimonial, cuya característica definitoria es que poseen cierto grado de atraktividad para el visitante. Así como en el proceso de patrimonialización el poder político juega un rol fundamental, para este caso, la característica de “turístico” implica que los segmentos de la demanda jueguen también un papel esencial en esta suerte de proceso de “activación turística” o “turistificación” (Bustos Cara, 2001) . Los atractivos turísticos, por lo tanto, no son atributos absolutos de un lugar sino que se construyen en gran medida en términos relacionales con la sociedad de origen de los turistas, a través de su imaginario, percepciones y concepciones. Esto puede observarse, por ejemplo, en la metodología OEA-CICATUR donde la jerarquía tres (3) alude a un atractivo excepcional y de gran significado para el mercado turístico internacional y siendo la jerarquía 0 asignada a aquellos atractivos que por sí mismos no conforman un producto turístico pero pueden complementar a otros.

En lo que respecta al concepto de producto turístico, se incorporan a lo que se define como atractivo las estructuras de soporte tanto físicas como de servicios que implican el uso y disfrute turístico. Según autores como Montes Elizondo (2012: 89) y Chías (2005:10), tal estructuración incluye la infraestructura básica, la planta turística - conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para éste-, los servicios complementarios y los medios de acceso en lo que se refiere a medios de transporte. Boullón (1997: 31), aporta a estos elementos la presencia de la superestructura, la cual define como un subsistema superior que regula el sistema turístico. Conti y Cravero (2010: 13) en este sentido,

entienden por producto aquel atractivo en el que se puede realizar una o varias actividades: visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer, porque está formulada una propuesta de accesibilidad al mismo (temporal, espacial y económica). Por lo tanto, y de acuerdo con Chías (2005: 10), “no debe considerarse producto a un recurso en el que la propuesta de accesibilidad no está definida, ya que no será posible su uso y disfrute. Es decir todo patrimonio natural y cultural que no sea accesible no debe ser considerado como producto turístico”.

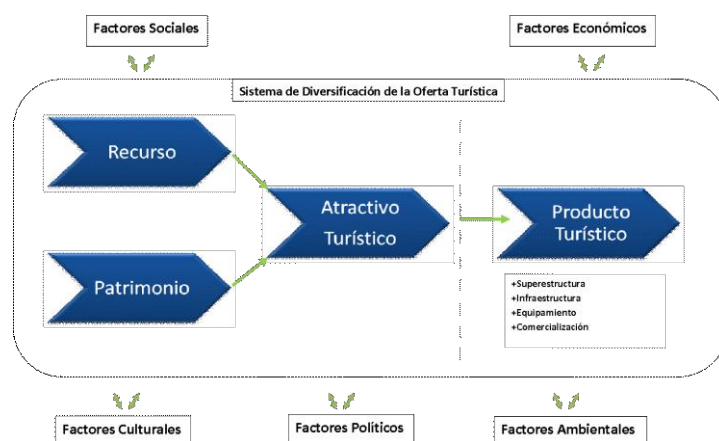
Algunos autores detallan el proceso de recurso a producto a partir de una serie de acciones para su implementación (Montes Elizondo, 2012), entre las que se encuentran:

- Relevamiento y producción de un inventario patrimonial.
- Identificación de las zonas donde se encuentran dichos recursos y su potencialidad para convertirse en turísticas.
- Diagnóstico del territorio y sus aspectos culturales, ambientales, sociales y económicos.
- Formulación de un plan de gestión activa.
- Capacitación para la gestión sostenible de los recursos.
- Sinergias con otros planes, sean territoriales o turísticos, y en distintos niveles federales, provinciales o municipales.
- Promoción y difusión de los productos turísticos.
- Gestión de la comercialización.

Como resultado de este proceso surge la *oferta turística*, la que constituye el último eslabón en el proceso de patrimonialización y turistificación de un recurso. Para que un producto turístico se convierta en oferta turística, el mismo debe estar puesto a disposición del consumidor por un período de tiempo, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia ya que de lo contrario no cumple con el requisito de estar presente en el mercado por un tiempo. La característica que le asigna el concepto de oferta turística es la comercialización, al mismo tiempo que hace referencia al conjunto de elementos que conforman el producto turístico dentro de un territorio determinado (Boullón, 1997).

En este marco, la diversificación de la oferta turística en la región tomada como caso de estudio consiste en integrar a los productos “tradicionales” nuevas experiencias turísticas creadas y gestionadas por las propias comunidades que han apropiado ese recurso patrimonial, con apoyo de todos los actores vinculados a la cadena de valor del turismo. “Es en la perspectiva del desarrollo local que la comunidad se materializa,

potencializando condiciones para la construcción de experiencias sociales diferenciadas. Esas experiencias nacen del despertar de las fuerzas comunitarias que hacen señas y abren camino para el desarrollo de un producto turístico con grandes potenciales de competitividad y transformación” (Carvalho et al, 2011: 457). Es de esta manera que el turismo adquirirá un desarrollo en términos sustentables, y la diversificación puede constituir el medio tanto para la protección y puesta en valor de un recurso como para el desarrollo del territorio en términos económicos, sociales, culturales y ambientales (Montes Elizondo, 2012).



Cabe preguntarse cuál es la relación o la dinámica entre estos conceptos destacados en el gráfico precedente. Dos son las consideraciones que se deben hacer para poder analizar cómo funciona este complejo proceso. En primer lugar, destacar que el esquema gráfico se elaboró para favorecer la comprensión del análisis de esta problemática, pero que no responde a una linealidad. Es decir, no es una condición *sine qua non* que va a suceder y está lejos de ser determinístico. Inserto en la lógica de sistema, responde a un conjunto interrelacional y multicausal de variables. Como tal, y dicho más concretamente, un elemento patrimonial puede no seguir este camino y no tener una activación turística o, incluso directamente, un elemento natural o cultural, institucionalmente no reconocido como patrimonio, puede tener un proceso de activación turística.

El segundo punto tiene que ver con la importancia de aplicar este esquema a un territorio y a un contexto determinado y, como tal, a una lógica de actores o de agentes específica. Ello implica que para lo que cierta colectividad, comunidad o destino turístico es activable turísticamente, para otra sencillamente puede no serlo. Es decir, insertar este proceso en una lógica de actores obliga a ver la interrelación de los mismos, el rol que van a tener las organizaciones que conforman el poder público, el privado y la comunidad en general. Esto no es menor sino que, de hecho, va a estar

relacionado con la sostenibilidad o la sustentabilidad de las iniciativas o programas de desarrollo turístico.

Dicho esto, utilizando el gráfico como herramienta analítica, es preciso resumir lo expresado hasta el momento. Se parte de la base que un bien cultural o natural, tangible o intangible, puede poseer atraktividad turística. La diferencia fundamental para considerar si es un recurso o patrimonio, es que este último está reconocido institucionalmente como tal (por ejemplo por medio de una declaración de monumento histórico, o en el caso de los naturales como una reserva de biosfera, etc.).

Tal como se dijo anteriormente, la atraktividad tiene como variable fundamental la visión y la percepción del visitante, es decir el turista que se desplaza desde su entorno habitual hacia otro contexto. Por ello, el visitante será un actor fundamental en este proceso de construcción de la valorización de atractivo turístico. Finalmente, uno de los aportes de este trabajo es que es importante reconocer que no todo atractivo turístico es un producto. Para darse este último debe cumplirse una serie de condiciones que tienen que ver no sólo con la accesibilidad estructural sino también con la comercialización y puesta a disposición de los mismos. Esta distinción es vital para entender que un destino puede tener diversidad de atractivos turísticos, pero si éstos no son dotados de instalaciones, servicios, equipos, etc. no va a ser posible o, va a ser posible en menor medida, su uso turístico.

La metodología propuesta para la evaluación de los recursos seleccionados y su potencialidad para convertirse en productos turísticos se basa en el modelo OEA CICATUR - Centro Interamericano de Capacitación Turística -, creado por la OEA en 1974, con sede en la ciudad de México y dos años más tarde en la ciudad de Buenos Aires, y con el objetivo de desarrollar tareas de capacitación de nuevos profesionales y de asistencia técnica en planificación y presupuesto. En la década del '80 la editorial Trillas publicó esta metodología en libros de autores referentes de la actividad turística (Boullón, Hernández Díaz, Molina, Rodríguez y Acerenza, entre otros) y se convirtió así en un modelo base para futuros trabajos con un abordaje metodológico en relación a los atractivos turísticos. Teniendo en cuenta la aceptación y validez de este modelo se ha desarrollado una matriz de doble entrada que se utiliza para el análisis de cada uno de los recursos turísticos que forman parte del trabajo de investigación. Se utilizan las 4 variables (superestructura, infraestructura, Equipamiento Turístico o Planta Turística y Distribución/Comercialización) propuestas originalmente por la metodología desarrollada por OEA, aunque en cada una de las subvariables se hacen las adaptaciones necesarias para que sea aplicable a los casos de estudio.

Se ha desarrollado una matriz de doble entrada que se utiliza para el análisis de cada uno de los recursos turísticos que forman parte del trabajo de investigación. En las columnas de la matriz encontraremos la siguiente información: nombre del atractivo, categorización según OEA, un desglose de cada uno de los componentes del sistema, una valoración numérica de 0 a 3 para saber en qué medida el atractivo cumple con los requisitos del sistema turístico, una ponderación que reflejará un valor numérico final, observaciones y tres columnas que indican si el atractivo puede ser un producto potencial, emergente o consolidado en función del valor obtenido en la columna "Porcentaje final". Esta matriz permite hacer un análisis cualitativo y cuantitativo, logrando de esta manera obtener información clave para el posterior análisis y elaboración de conclusiones.

Selección de los casos de estudio

A modo de casos de estudio específicos, se han seleccionado algunos recursos localizados en los partidos de La Plata, Berisso y Ensenada, ya que el objetivo principal del proyecto es la diversificación de la oferta turística a través de recursos que turísticamente no están puestos en valor. Por lo tanto, el análisis de los productos turísticos ya existentes y consolidados no contribuiría a ese objetivo. De esta forma, se consideran susceptibles de ser analizados sólo los atractivos con potencialidad para convertirse, proceso de por medio, en productos turísticos.

A efectos de proceder al análisis, se eligieron dos recursos por cada uno de los municipios que integran el área de estudio. Los criterios para la selección fueron, además del hecho ya mencionado que no se trate de productos turísticos, que tales recursos presenten algún grado de atraktividad a la vez que sean representativos de categorías diversas de patrimonio cultural. En este sentido, se eligieron casos correspondientes a paisajes culturales, en los que se observa la interacción entre el ser humano y el medio natural, áreas urbanas y componentes de un patrimonio cultural inmaterial. Cabe consignar que, más allá de algunos aspectos deficitarios que se mencionarán, algunos recursos ya están instalados en la oferta turística, como el caso del Barrio Meridiano V en La Plata, en tanto otros no cuentan, por el momento, con el correspondiente conocimiento por parte de la comunidad y promoción, lo que se pondrá de manifiesto en los estudios de demanda.

Aplicación del método propuesto.

La matriz propuesta está constituida con un grupo de variables, cada una con una importancia del 25% sobre el total que constituye un 100%. A su vez, estas variables están divididas en sub-variables a las que se asignó un puntaje de 0 al 3 según el grado de cumplimiento de cada una. La sumatoria de las valoraciones de las sub-variables se divide por el máximo total posible, lo que da como resultado un valor numérico final que sirve como indicador del estado de la variable. A su vez, la sumatoria de los valores de las 4 variables consideradas da como resultado un número de 0 a 1. A este puntaje se lo dividió en tres para que, dependiendo en qué sub-rango se ubique ese número, se considera al patrimonio relevado producto potencial (0 a 0.33), emergente (0.34 a 0.66) o consolidado (0.67 a 1).

Aclaración conceptual de la matriz

Para el mejor entendimiento de la matriz utilizada para el análisis de cada uno de los casos de estudio, a continuación se desarrolla un marco conceptual específico con el objetivo de aclarar qué se entiende por cada término considerado para el análisis.

Variable: Superestructura

- A1. Legislación

Esta variable alude a la existencia y aplicación de normativa relacionada a la actividad turística tomando de referencia al municipio en que se localiza y no al atractivo turístico. Asimismo, se considera en este punto la declaración de actividades de interés municipal. En lo que refiere a la ponderación, se considerará 3 a aquel cuerpo normativo que se reconozca altamente pertinente para el desarrollo armónico de la actividad y, al mismo tiempo, que se aplique. Por otra parte, será 1 aquella normativa que tenga bajos índices de existencia y aplicación.

- A2. Políticas Públicas

Esta variable refiere a la existencia y ejecución de planes, programas y actividades de políticas turísticas haciendo referencia con ello a la promoción, incentivos a la calidad, a las inversiones, entre otras. En lo que refiere a la ponderación, se considerará 3 a aquellas políticas turísticas que se reconozcan altamente pertinentes para el desarrollo armónico de la actividad y, al mismo tiempo, que se apliquen mientras que el grado 1 refiere a bajos niveles de existencia y aplicación. Cabe señalar que se considerará para su ponderación al municipio y no al atractivo turístico.

- A3. Jerarquía institucional

Refiere al rango institucional que posee el ente decisor de política turística. Su ponderación se define de la siguiente manera.

3: Secretaría, Subsecretaría o Ente Mixto

2: Dirección

1: Área

- B1. Asociaciones y Cámaras vinculadas al turismo:

Esta variable alude a la existencia y al grado de participación en las decisiones de políticas turísticas, siendo 3 los niveles más altos en cuanto al número y al grado de participación de asociaciones y cámaras y 1 los niveles más bajos.

Variable: Infraestructura

- Accesos:

Esta variable alude a la existencia y al estado en el que se encuentran las comunicaciones terrestres y fluviales que permiten la llegada al atractivo o producto turístico. En este sentido, se entiende por accesos a rutas, red de carreteras, calles urbanas, servicio para el automotor, señalética no turística, terminal de autobuses/ferroviaria, red ferroviaria, servicio de transporte fluvial y lacustre y sus respectivas terminales.

- Transporte no turístico:

Esta variable refiere a la existencia y frecuencia de los medios de comunicación que permiten acceder a los atractivos o productos turísticos, sin que sean considerados específicamente turísticos. Se incluye a los medios de transporte automotor, ferroviario y fluvial locales y urbanos, de corta y media distancia.

- Sanidad:

Esta variable alude a la existencia y estado de los servicios de agua, salud y recolección de residuos. Entre ellos se incluye la red de agua, red de desagüe, recolección de residuos, servicios de salud (salas de primeros auxilios y hospitalización) y se considera la existencia de espacios verdes como aquellos núcleos que agregan valor al atractivo o producto turístico, aportando a la distensión del visitante y fomentando una mayor permanencia en el lugar.

- Energía:

Esta variable representa la existencia y estado de los servicios de energía en el atractivo o producto turístico. Por ésta se entiende a la red eléctrica y a otros tipos de utilización de energía tales como el uso de paneles solares.

Variable: Equipamiento Turístico o Planta Turística

- Alojamiento:

Según la OMT, se divide en hoteleros (hoteles, hoteles apartamentos, moteles, hostales o pensiones) y extrahoteleros (campings, casa de alojamiento, casas rurales, apartamentos para permanencias prolongadas).

- Alimentación:

Se refiere a establecimientos que expenden comidas y bebida, prestando un servicio acorde a las condiciones establecidas en las leyes y normativas y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.

- Esparcimiento:

Entendemos por esparcimiento a aquellas áreas y espacios de uso común o privado que están a disposición de los visitantes para hacer uso de sus servicios e instalaciones y que tienen por objetivo fomentar las actividades recreativas.

- Instalaciones:

Son todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

- Otros servicios:

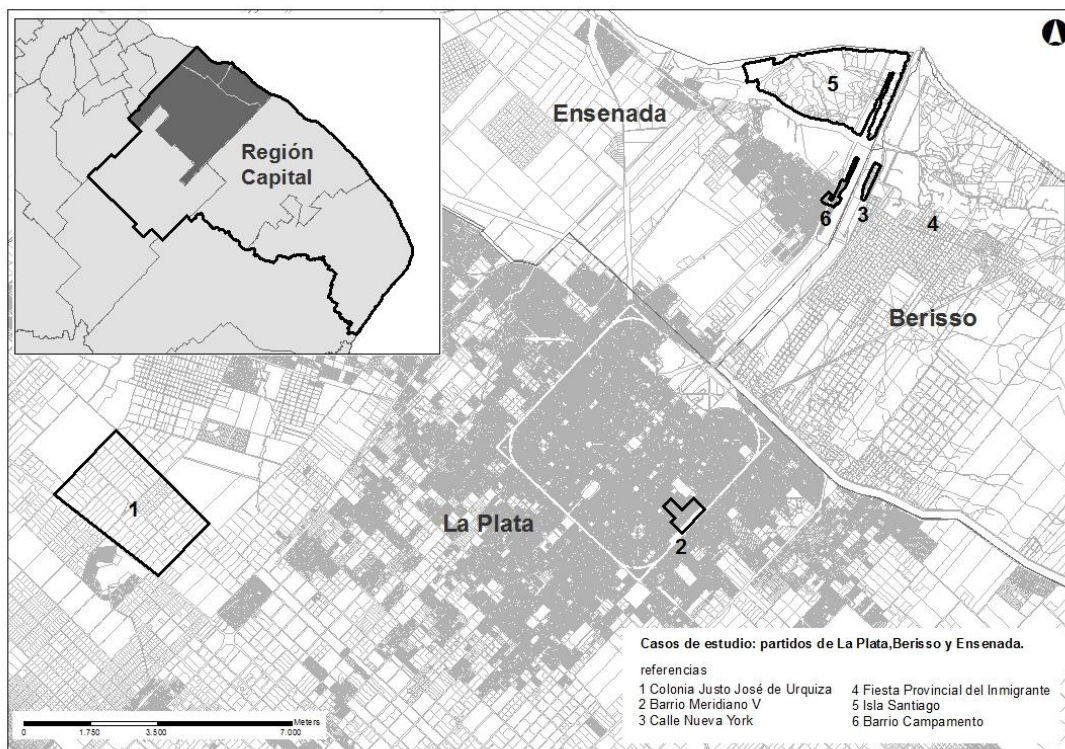
Se consideran como componentes de esta categoría a los servicios que complementan la experiencia del turista en el destino y que son necesarios para un normal desarrollo de la actividad. Entre ellos se incluye a las agencias de viaje, puntos de información, guías turísticas, comercios, casas de cambio de moneda, guarderías, estacionamientos, etc.

Variable: Distribución/Comercialización

Se entiende por comercialización de un producto turístico a la distribución y comunicación del mismo a través de la intervención de los intermediarios turísticos o canales de distribución. (OMT, 2006:147). Algunas de las actividades que incluye la comercialización se refieren a la planificación, educación, marketing y promoción turística que busca informar, persuadir e influir en el cliente, para que éste decida visitar un país, una región o un destino turístico determinado. (Mincetur, s.f.: 11). En este caso, se tiene en cuenta la presencia del atractivo o producto turístico en canales de distribución tales como la participación en ferias y/o la presencia en la página web del Municipio.

4.2 Descripción y valoración de los casos de estudio

La presentación de los casos de estudio se realiza a partir de su localización en los partidos de La Plata, Berisso y Ensenada.



Localización de los casos de estudio seleccionados

4.2.1 Colonia Justo José de Urquiza

Identificación y ubicación

Denominación: Colonia Justo José de Urquiza.

Delegación: Melchor Romero.

Partido: La Plata.

Provincia: Buenos Aires.

Datos catastrales: Partido: 55. Circunscripción: VIII.

Coordenadas geográficas (IGN): Latitud: 34°56'36.73"S. Longitud: 58° 3'51.28"O.

Otras referencias de localización: Ubicada a 20 kilómetros de La Plata, en la zona noroeste del Partido, está comprendida entre calle 178 y Ruta Provincial 36 y calle 513 hasta calle 448.

Tipo de bien: Área periurbana de quintas dedicadas principalmente a la horticultura y floricultura.

Categoría patrimonial: Paisaje cultural.

Tipo de dominio: Público.

Reseña histórica

La Colonia Urquiza, como se le denomina habitualmente, fue creada por el Consejo Agrario Nacional en 1948. Con una superficie cercana a las 725 hectáreas, la subdivisión practicada originalmente contemplaba 85 parcelas que oscilaban entre las 4 y 13 hectáreas cada una. Se trataba de tierras cuyos propietarios vendieron buena parte de sus extensiones a sus puesteros o inquilinos, pasando el remanente que no llegaron a enajenar a la órbita del estado nacional para su administración por el Ministerio de Asuntos Agrarios. Este organismo preveía un Plan de Colonización para fomento de la agricultura y horticultura, impulsando para ello la llegada de grupos de inmigrantes. Entre las acciones desplegadas, se entablaron al efecto relaciones con Japón que derivaron, poco después, en la llegada de estudiantes de esa nacionalidad perfeccionados en los Estados Unidos para mejor uso de las técnicas correspondientes. A ellos fueron sumándose trabajadores contratados por el gobierno nacional en distintas regiones de Argentina y, luego, una ola inmigratoria proveniente de Bolivia y de Paraguay que se desempeñó como mano de obra de los japoneses.

Sin embargo, la inmigración japonesa de mayor volumen llegaría a partir de la década de 1960 y en varias oleadas sucesivas que acabaron por convertirla en el grupo extranjero más numeroso: así, en 1963 comenzaron a instaurar instituciones propias a fin de preservar su cultura y tradiciones, como la Asociación Japonesa y la escuela Gakko. Con el tiempo, el asentamiento nipón se amplió aún más por la inmigración libre o por llamada de familiares y vecinos a través de las redes informales de parentesco, y ya no solo desde el Japón sino también desde otros países latinoamericanos como Brasil y República Dominicana. Más próximo en el tiempo, la Colonia incorporó hacia 1987 población de colonias adyacentes, como en el caso de los portugueses afincados en la cercana Villa Elisa.

Aunque en un principio la actividad más desarrollada fue la agricultura, progresivamente fue ganando peso el cultivo de flores; de allí, la presencia de los numerosos invernaderos que hoy resultan paisaje característico del área. Actualmente, la mayoría de las familias japonesas dedicadas a este tipo de cultivo forman parte de cooperativas, destinando la producción al mercado interno provincial, sobre todo, a La

Plata, Gran La Plata y Gran Buenos Aires.¹⁰

Aunque habitualmente autocentrada y con fuerte reivindicación de los valores y tradiciones japoneses, ha ido operándose una mayor apertura hacia la sociedad argentina, expresada sobre todo a través de eventos culturales compartidos que, como el Bon Odori, van sentando las bases para el desarrollo de un espacio intercultural.

Descripción y principales componentes

Se trata de una zona con una intensa actividad hortícola y florícola y comprende parte del cinturón verde del Gran La Plata. Se caracteriza por su condición de territorio transicional, que contiene elementos del sistema rural y urbano; es decir aquel espacio donde, partiendo de los bordes de la ciudad, se registra una secuencia de intensidades decrecientes en el uso del suelo. Con un promedio de 4 a 9 hectáreas por familia en la actualidad, ya se ha señalado que el uso del suelo por antonomasia radica en la horticultura y, sobre todo, en la floricultura. Si bien la colonia se localiza fuera del área de quintas y chacras previstas en el proyecto original de La Plata, la organización espacial del territorio se realiza a través de un trazado vial que sigue la orientación de la ciudad y ejido de La Plata. La densidad ocupacional del suelo es muy baja; la colonia cuenta con un pequeño centro de servicios en el cruce de calles 186 y 492, dotado de kiosco, locutorio y almacén.



Paisaje rural de la Colonia Urquiza

¹⁰ Hubo una época durante la cual también se produjo para el mercado exportador, pero los altos costos locales para cultivo de flores con estándares internacionales significaron una limitante a la competitividad exigida en el escenario internacional.

Los principales componentes culturales materiales son:

- (i) Invernaderos: Ubicados detrás de las viviendas, son estructuras de madera recubiertas con polietileno que buscan controlar las condiciones del ambiente para el cultivo de flores. Su presencia otorga un sello particular al paisaje del área.
- (ii) Parque Mizujo: Creado en la década de 1990 inspirándose en la modalidad de turismo rural, propone un parque temático con espíritu japonés que incluye jardín botánico, vivero y granja. Entre sus atractivos destaca la cría de peces “Carpas Koi”, oferta recreativa para niños (con casas de madera, hamacas y otros juegos), un restaurante con comidas típicas y venta de productos cultivados en una huerta orgánica, así como también árboles, orquídeas y otros tipos de plantas.
- (iii) Club de la Asociación Japonesa, con posibilidad de desarrollar actividades deportivas (fútbol, atletismo, ping-pong, béisbol y croquet).
- (iv) Escuela Nigonho Gakko, fundada oficialmente en 1969, con el propósito de enseñar el idioma y las costumbres propias de la cultura japonesa, desde 2002 se encuentra también abierta a niños externos a la colectividad.



Vista de los invernaderos

Un importante componente del patrimonio cultural inmaterial es el *Bon Odori*, festival de danza tradicional que se celebra desde hace más de 500 años en Japón y desde 1999 en nuestro país. Originario de China, y relacionado con el culto a los antepasados, su nombre deriva de la abreviatura de la palabra *urabon* (derivada del texto budista chino *Ullamba Sutra*) combinada con el término *Odori* (baile). Tiene lugar a principios del mes de enero y se festeja con fuegos artificiales, juegos y bailes al aire

libre nucleados en torno a una torre con tambores *taiko*, en un clima de alegría como signo de bienvenida a las almas de los ancestros. Además, se organiza una feria donde puede adquirirse productos típicos, sean para vestimenta, juego, comida o bebida. El ámbito en que se realiza es el campo de deportes de la Escuela mencionada, sito en calles 182 y 482.

Accesibilidad, infraestructura y equipamiento

Accesibilidad: el área de la colonia es accesible desde la ciudad de La Plata y desde la ruta provincial 36 a través de caminos pavimentados; cuenta con conexión de transporte público automotor con La Plata.

Servicios disponibles: Pequeño centro de servicios ya citado, en calles 186 y 492, con kiosco, locutorio y almacén.

Descripción según el tipo de recurso OEA-CICATUR

El atractivo corresponde a la categoría “Folclore de grupos étnicos”, dado que es una zona mayormente productiva donde se encuentran una zona de quintas de cultivo de verduras producidas por las **comunidades bolivianas** y una zona de producción de flores por la **comunidad japonesa** y en menor medida por la **comunidad portuguesa**. La comunidad japonesa es la de mayor peso en la zona, por cantidad de personas y organización. A su vez, el *Bon Odori* puede enmarcarse como Fiesta Popular, dentro de la subcategoría Eventos Programados. Adicionalmente, el ambiente podría estar catalogado como “paisaje cultural”, donde la modificación antrópica le agrega valor al entorno natural. Analizado el atractivo en su conjunto, Colonia Urquiza se posiciona como “producto emergente”, con una ponderación de 0.55 puntos totales, a partir de las siguientes categorías analíticas

Superestructura(0.17 puntos): Tal como se ha descrito, el Partido de La Plata cuenta con un Ente Municipal Para la Actividad Turística (EMATUR) encargado de la promoción turística, aunque carece de un organismo municipal dedicado a la creación y desarrollo de política turística local. Además, La Plata integra la Cámara Turismo Regional La Plata, conformada por instituciones no gubernamentales de la región y particulares y en la que participan los respectivos Directores de Turismo y la Secretaría de Turismo provincial. En el caso particular del festival del *Bon Odori*,

cuenta con el respaldo de la Asociación Japonesa de La Plata y es difundido por EMATUR a través de su sitio Web.

Infraestructura (0.10 puntos): El bien estudiado presenta todos los componentes requeridos por OEA/CICATUR para este tópico, aunque con bajo grado de cumplimiento.

Equipamiento o planta turística (0.03 puntos): La localidad cuenta con proveedurías, kiosco y algún restaurante o bar, pero no con alojamiento, lugares y actividades de esparcimiento turístico, ni con instalaciones u otros servicios específicamente orientados al turismo.

Distribución o comercialización(0.25 puntos): Sólo basada en la celebración del Bon Odori a través del sitio Web del EMATUR y el propio: <http://www.bon-odori.com.ar/>.

Tal como se ha anticipado, Colonia Urquiza califica actualmente como *atractivo emergente*: presenta cierto nivel de desarrollo (destacándose la relevancia del evento Bon Odori), aunque insuficientemente representativo todavía para ser considerado un producto turístico consolidado

4.2.2. Barrio Meridiano V

Identificación y ubicación

Denominación: Barrio Meridiano V.

Localidad: La Plata.

Partido: La Plata.

Provincia: Buenos Aires.

Datos catastrales: Partido: 55. Circunscripción: 1, Sección J, M y P.

Coordenadas geográficas (IGN): Latitud: 34°56'18.81"S. Longitud: 57°56'40.07"O.

Otras referencias de localización: Situado al sudeste del casco urbano fundacional de La Plata, el barrio abarca unas seis manzanas nucleadas en torno a la antigua Estación del Ferrocarril Provincial. Aunque no tiene delimitación clara, puede considerarse comprendida entre calle 71 y las Avenidas 13 y 19. La calle 17 aparece como una extensión del área de calle 71 hasta la calle 67.

Tipo de bien: Área urbana.

Categoría patrimonial: Patrimonio urbano, con valores históricos, arquitectónicos y ambientales

Tipo de dominio: Público-privado.

Reseña histórica

El barrio Meridiano V es un área “periférica” del casco fundacional de la ciudad de La Plata. El proyecto de construir un ferrocarril provincial que uniera La Plata con el interior de la provincia fue iniciado en la primera década del siglo XX, para lo cual se afectó un predio comprendido entre las calles 13, 22, 71 y 72. Una primera etapa de la obra fue inaugurada en 1910 con los primeros 100 Km de vía férrea y la construcción de la estación, localizada en la calle 71 y 17 y en 1912 se habilitó el servicio de pasajeros. El nombre de ferrocarril al Meridiano V (que marca el límite entre las provincias de Buenos Aires y La Pampa) concluyó con identificar al barrio que se formaría paulatinamente en el entorno de la estación. Como típico barrio aledaño a estación ferroviaria, contó con comercios, hotel, restaurantes y fondas. También actuó como impulsor de la consolidación del tejido urbano sobre la calle 17, que actuó como nexo entre el polo ferroviario y el centro de la ciudad. El ferrocarril funcionó regularmente hasta 1962, integrando vastas zonas de la provincia con la capital provincial. El último ramal en funcionamiento, entre La Plata y Avellaneda, fue clausurado en 1977.

A partir del cese del servicio ferroviario, el barrio comenzó una etapa de paulatino decaimiento, con el cierre de locales comerciales y afines y con un deterioro progresivo de los edificios de la estación y galpones. De todos modos, y dada su condición de alejamiento del centro de la ciudad y periférica en el casco urbano, el área no pasó por procesos importantes de renovación urbana y fue considerada tradicionalmente como un área histórica de la ciudad.

Desde la década de 1980 se iniciaron acciones para la revitalización de tan importante patrimonio urbano-arquitectónico, llevadas a cabo por la Municipalidad de La Plata con la participación de la comunidad del barrio. En 1998, un grupo de vecinos de la zona gestó en el edificio de la estación el "Centro Cultural Estación Provincial", con la finalidad de preservar la identidad del barrio, difundir la historia del ferrocarril, transformar el lugar en núcleo generador de actividades recuperando el lugar como punto de encuentro y esparcimiento, vinculando la vida cultural como factor de integración, trabajo y transformación social. De a poco el barrio empezó a cambiar su fisonomía; se realizaron emprendimientos privados en antiguas viviendas y locales comerciales próximos a la estación ferroviaria, distintos grupos culturales utilizan las

instalaciones de la Estación y, como resultado, la zona se ha transformado en un lugar generador de actividades artísticas convirtiendo el barrio en un verdadero Circuito Cultural. En 2008 se puso en práctica el proyecto "Circuito Cultural Meridiano V" generando un trabajo conjunto entre la Municipalidad de La Plata con el sector asociativo y el sector privado con el objetivo de que el barrio actúe como polo turístico cultural de atracción de la ciudad.



Ex estación del ferrocarril provincial

Descripción y principales componentes

El uso predominante en el barrio es el residencial, seguido por usos comerciales, mixtos y de equipamiento agrupados frente al edificio de la ex estación. Dada su historia y evolución, el área cuenta con un rico y variado componente cultural reflejado en una serie de edificios o grupo de edificios de valor patrimonial, además de un espacio público en el predio de la ex-estación donde se desarrollan diversas actividades culturales.

Entre los componentes del patrimonio arquitectónico del barrio cabe mencionar:

(i) Estación "La Plata" del FF.CC. Belgrano (ex FF.CC. de La Plata al Meridiano V): Ubicado en Avenida 71 y calle 17, este edificio ecléctico actualmente utilizado como centro cultural comunitario fue proyectado por el ingeniero E. Dengremont y construido por la *Société Franco-Argentine de Travaux Publics*.

- (ii) Escuela N° 58, ubicada en la intersección de Avenida 71 y calle 18, este edificio de líneas rectas, formas puras y cubierta de tejas a dos aguas se destaca por su acceso en la esquina conformado por un pórtico sostenido por cuatro columnas.
- (iii) Bares y restaurantes: Bar Ciudad Vieja (Avda. 71 y calle 17), Bar 1777 (Avda. 71 entre 17 y 18), Bar Ocampos (Avda. 71 Y 18), Bar Mirapampa (Avda. 71 y calle 17), Bar Imperio (17 entre 70 y 71), Restaurant Lo de Edgardo (Avda. 71 entre 17 y 18).
- (iv) Se encuentran además numerosas viviendas y edificios de uso mixto (comercio y vivienda), todas correspondientes a la tipología de “casa chorizo”.



Bar instalado en antiguo local comercial

En cuanto al espacio público, de fuerte impronta barrial, está conformado por una franja libre que corre a lo largo de la Avenida de Circunvalación y el espacio de la calle frente a la ex estación, donde se desarrollan las actividades culturales y recreativas.

Tal como se señaló, el barrio, y en particular el edificio de la antigua estación ferroviaria, es sede de manifestaciones culturales, agrupadas bajo la denominación de Circuito Cultural Barrio Meridiano V. Procura potenciar distintas actividades culturales según un *modelo abierto* que vincule artes, espectáculos, turismo e industria, entendiéndolas a la vez como factor de integración y transformación social. En ese contexto es sede de numerosos festejos, entre los cuales destacan la celebración del Carnaval, el aniversario de la Estación Provincial “La Plata al Meridiano V”, el Día de

la Primavera, las Fiestas del Alcaucil y de la Cerveza Artesanal, el aniversario de la ciudad de La Plata y la fiesta de fin de año.

Estado de conservación

Es en general bueno, aunque se observa falta de mantenimiento e intervención en el espacio público.

Accesibilidad, infraestructura y equipamiento

Accesibilidad: El área es fácilmente accesible dado que se encuentra en el radio de la ciudad de La Plata. Cuenta con acceso por transporte público.

Estacionamiento vehicular: Área prevista en el cruce de las Avenidas 71 y 19.

Servicios disponibles: Importante oferta gastronómica, cultural y recreativa.

Señalización: No existe señalización que describa el sitio ni sus actividades

Descripción según el tipo de recurso “OEA CICATUR”

Atento a los parámetros de esta metodología, Meridiano V responde a la categoría “Barrio con manifestaciones culturales y eventos programados”, considerando al efecto la existencia de un centro cultural y la celebración regular de diversas actividades a lo largo del año. Realizado el análisis del atractivo en su conjunto, se posiciona como “producto consolidado”¹¹ con una ponderación de 0.68 puntos totales, a partir de las siguientes categorías:

Superestructura (0.17 puntos): En este caso resulta remarcable que la ciudad de La Plata cuente con un Ente de Turismo (lo cual contribuye a una mayor ponderación) pero sobre todo el hecho de que también exista una Dirección de Meridiano V que, específicamente gestiona y regula para su conservación y mantenimiento.¹² No obstante, se observa cierta debilidad en cuanto a la presencia de de Asociaciones y Cámaras vinculadas a la actividad turística, otro tópico importante para la valoración de esta categoría.

¹¹ Vale aclarar que el puntaje mínimo para que un producto se considere “Consolidado” es 0.67/1; habida cuenta de que este recurso haya obtenido 0.68 indica que tal consolidación es apenas incipiente y aún resulta importante trabajar sobre algunos aspectos débiles.

¹² La Dirección municipal “Meridiano V” tiene a cargo la coordinación general de actividades (respetando la independencia y decisión de los agentes culturales afincados en el barrio), el mantenimiento y puesta en valor del espacio público, y el fortalecimiento de políticas públicas integradas con el sector vecinal y asociativo.

Infraestructura (0.18 puntos): Favorecido por encontrarse dentro del casco urbano de la ciudad, se encuentra en buenas condiciones de accesibilidad, mantenimiento y servicios en general.

Equipamiento o planta turística (0.17 puntos): Sin dudas, por las mismas bondades de emplazamiento ya citadas, Meridiano V presenta en esta categoría altas ponderaciones; sin embargo, persisten las debilidades en cuanto a otros servicios complementarios a la actividad (información turística, guías, cambio de monedas, transporte turístico, etc.).

Distribución o comercialización del atractivo (0.17 puntos): Si bien ponderada positivamente por su presencia dentro la oferta turística de la Municipalidad de La Plata y del EMATUR, aún podría poseer mayor visibilidad (sobre todo, habida cuenta de la Dirección *ad hoc* creada en la estructura del gobierno local).

4.2.3 Calle Nueva York

Identificación y ubicación

Denominación del bien: Calle Nueva York.

Localidad: Berisso.

Partido: Berisso.

Provincia: Buenos Aires.

Datos catastrales: Partido: 114. Circunscripción: V, Sección B.

Coordenadas geográficas (IGN): Latitud: 34°51'41.49"S. Longitud: 57°53'25.91"O.

Otras referencias de localización: Calle Nueva York entre 168 (Valparaíso) y Alsina.

Tipo de bien: Área Urbana.

Categoría patrimonial: Histórico- Arquitectónico- Ambiental

Tipo de bien: Público

Protección: Sitio Histórico Nacional (Decreto del P.E. Nacional 735/2005).

Reseña histórica

La ciudad de Berisso tuvo su origen a partir de la instalación del Saladero San Juan, en 1871, por el inmigrante italiano Juan Berisso. Tras la fundación de La Plata en 1882, la estructura física del territorio cambió notablemente a consecuencia de la construcción del nuevo Puerto y la apertura de un canal central y dos laterales que atravesarían la planicie entre la costa del Río de La Plata y las tierras altas en las que

se construía la nueva Capital de la Provincia, para permitir el arribo de naves de poco calado. Hacia el este, en la actual Berisso, un canal complementario permitiría el adecuado desagüe de las tierras aledañas. En el área comprendida entre el canal principal y los laterales, el proyecto portuario estructuró dos zonas divididas por una arteria central (paralela a los canales) y otras transversales: allí radica el origen de la calle Nueva York y del particular barrio que fue conformándose en torno a ella. Las instalaciones industriales contiguas al nuevo Puerto La Plata determinaron el devenir de las zonas urbanas: hacia el oeste (Ensenada), el barrio alojó a los trabajadores que construyeron el puerto y, luego, a la colectividad italiana; hacia el este (Berisso), la posterior instalación de los frigoríficos definió la impronta física y social del sector que contenía a la calle Nueva York.

Desaparecidos paulatinamente los saladeros por aparición de las nuevas tecnologías que permitieron la conservación de las carnes por congelamiento, a principios del 1900 se inauguró en la zona un primer establecimiento que se transformaría en el Frigorífico Swift en 1907, seguido en 1915 por la inauguración del competidor Armour. La intensa actividad generada desde entonces fue determinante para el desarrollo de la ciudad y, en particular, de la calle bajo estudio. Igualmente decisivo fue el impacto inmigratorio por la radicación de las colectividades italiana y española, a las que se sumaron las provenientes de Europa del Este y Asia Menor (albaneses, polacos, yugoslavos, etc.), atraídos por las posibilidades laborales que brindaba la nueva industria; buena parte de los recién llegados se asentó en el barrio de una calle Nueva York crecientemente pujante y cosmopolita.

Ya en la década de 1930, pero sobre todo durante la Segunda Guerra Mundial, el cenit de la industria frigorífica le permitiría alcanzar su máximo esplendor, con un importante y diverso equipamiento comercial en todo su recorrido: hoteles, bares, comercios, clubes, fondas crearon un ambiente urbano singular, animado por el tránsito de los tranvías que la conectaban a los principales centros administrativos.

El cierre de los frigoríficos Armour (1969) y Swift (1973) y la casi exclusiva afectación del Puerto a la Destilería de YPF influyeron dramáticamente en la declinación de la actividad comercial y la dinámica barrial, dando paso a un período de desempleo y empobrecimiento general que sumió el área en creciente estado de abandono y deterioro generalizado.

Descripción y principales componentes

Tal como se ha mencionado, el barrio de la calle Nueva York albergó una heterogénea población mayoritariamente inmigrante que dio origen a tipos edilicios específicos que otorgaron al área un sello particular y distintivo. Predominó claramente la implantación de las construcciones sobre la línea de frente de las parcelas, conformándose una línea de fachada continua que otorga homogeneidad morfológica al sector más allá de las diferencias en los tipos, lenguajes expresivos o materiales de construcción empleados. Solamente en relación con los edificios institucionales (Hogar Social, Escuela), se observan retiros de la línea de frente que, sin ser significativos, interrumpen la continuidad señalada. La unidad visual del espacio público es reforzada por la continuidad de los adoquines de granito empleados como material de la calzada, así como por la forestación que, aun en su heterogeneidad de especies y portes, contribuye notablemente a la lectura homogénea del espacio y al carácter general de la calle.

Las particulares características de la población del área determinaron el predominio de la vivienda colectiva y popular, aunque con rasgos diferentes al del conventillo tradicional que convierten a la Nueva York en un caso de estudio muy interesante en lo que respecta a las residencias populares urbanas. Existe todo un abanico de tipos residenciales inéditos de gran valor patrimonial: las viviendas cuentan con uno o dos niveles y locales al frente, debido al fuerte carácter comercial de la arteria, accediéndose a ellas a través de pasillos, galerías y escaleras exteriores (determinando variaciones tipológicas de distinta complejidad, según sea el agrupamiento de los elementos anteriores). En la actualidad el uso predominante del área es residencial; en menor proporción aparecen los usos comerciales y mixtos (los comercios originales del momento de apogeo relatado fueron reemplazados por viviendas o, en muchos casos, se encuentran cerrados).

Toda la extensión de la calle Nueva York y transversales se encuentra forestada, con predominio de árboles alineados en proximidad a los cordones. No existe una especie predominante, destacándose los plátanos y fresnos americanos por edad y tamaño: sin embargo se observan también arces y sóforas de antigua data y gran porte, así como tilos plantados en etapas posteriores y de mediano porte. En general, se ha notado un buen estado de la forestación, aunque con las naturales diferencias según las edades y portes ya señalados.



Calle Nueva York

Entre los componentes patrimoniales materiales, se destaca el perfil urbano de la calle, que se consolidó principalmente gracias a dicha actividad. Tanto los locales como las viviendas fueron construidos con dos tipos de materiales, la chapa (que venía de lastre en los barcos provenientes de Europa) y la mampostería, que aportan al área su particular fisonomía enmarcados por la ya señalada continuidad y homogeneidad del perfil derivado del modo de implantación adoptado. Sin embargo, si lo anterior erige a la edilicia privada en objeto de especial interés patrimonial, no menos destacable resulta el aporte de los edificios institucionales, entre los que cabe mencionar:

- (i) Hogar Social, sito en la manzana delimitada por las calles Montevideo, Nueva York, 3 y 168; fue fundado en 1941 con el objeto de satisfacer requerimientos sociales, culturales, recreativos y deportivos de la comunidad. El cuerpo principal enfrenta la calle Nueva York, con un retiro de la línea de edificación, complementado por un bloque perpendicular hacia el interior de la parcela. De volumetría compleja y asimétrica, con una caja muraria que combina revoque y ladrillos vistos, y cubierta de tejas españolas sobre estructura de madera, puede considerarse antecedente del “estilo californiano” (variante del llamado pintoresquismo arquitectónico que tendría amplia difusión en la obra pública oficial durante los primeros gobiernos peronistas (1946-1955), en su caso como imagen asociada a tradiciones nacionales muy utilizada en programas de contenido social).
- (ii) Escuela N° 9, ubicada en parcela con frente a las calles Nueva York, 1 (Entre

Muros) y 170, fue establecida en 1931. Sus características compositivas y expresivas corresponden al estilo californiano.

(iii) Mansión de los Obreros, complejo edilicio que ocupa la manzana delimitada por las calles Nueva York, 3, 170 y 171, atravesada por pasajes internos que la subdividen en tres bloques. Estos corredores comunican entre sí las calles 170 y 171, con una conexión perpendicular hacia la calle Nueva York; allí, coronando la fachada de revoque símil piedra, se encuentra el arco con el nombre del complejo y la fecha de construcción, sin dudas el elemento más característico del conjunto y verdadero ícono de la Nueva York. El proyecto, completado parcialmente, fue financiado por la Unión Popular Católica y construido por la Comisión Nacional de Casas Baratas, un Programa de conjuntos de vivienda (individual/colectiva) y locales comerciales localizados en áreas urbanas sin interrupción de la trama preexistente, buscando la cercanía a los lugares de trabajo.

(iv) Bar "Dawson", ubicado en la esquina de las calles Nueva York y 169 con acceso principal por la ochava, este edificio despojado de toda ornamentación recuerda con su nombre a quien fuera su propietario original.

(v) Usina eléctrica, sita en el remate de la arteria, constituye un referente regional de la arquitectura industrial; está construida con piezas de acero íntegramente construidas en taller, tecnología por entonces innovadora que se manifiesta al exterior con un depurado lenguaje.

Entre las manifestaciones culturales que tienen lugar en el barrio, cabe mencionar "La Nueva York está de fiesta"; realizado entre abril y mayo, organizada por la Asociación de Amigos de la Calle Nueva York con el auspicio y colaboración del gobierno local. Se desarrolla al aire libre con la propia calle como escenario e incluye, principalmente, bailes de colectividades extranjeras, espectáculos de tango y rock, *stands* de comidas y feria artesanal. Otra fiesta que se realiza en el ámbito de la calle Nueva York es La Fiesta Provincial del 17 de Octubre, promovida por la Asociación de Vecinos y con el auspicio de la Municipalidad, en ella se invita a recordar el protagonismo de los obreros de la carne en aquella jornada de 1945.



Arco de la Mansión de los Obreros

Estado de conservación

El estado de conservación, tanto del espacio público como de los edificios, es regular. Hay una cantidad de edificios desocupados, que presentan un estado creciente de deterioro.

Recostada sobre la margen ribereña de la ciudad, se ha construido una Terminal Multipropósito con capacidad de movilizar unos 500 mil contenedores portuarios al año: sobre una superficie total de 412.623 m², y dotada de un muelle de 827 metros lineales, en el predio operan cinco grúas, tres montacargas contenedores y tres montacargas de almacén que sobresalen por su tamaño monumental. Por la magnitud del emprendimiento y el tipo de actividad, no sólo ha modificado el perfil urbano del área sino también su calidad ambiental y patrimonial.

Accesibilidad, infraestructura y equipamiento

El área es fácilmente accesible ya que se encuentra en el borde de la ciudad de Berisso hacia el puerto La Plata. Cuenta con transporte público que la vincula con el centro de la ciudad como con La Plata y Ensenada. El estacionamiento vehicular se da sobre la propia calle Nueva York y las aledañas.

Servicios disponibles: El barrio posee los servicios básicos para el uso residencial predominante; la inmediata Avenida Montevideo cuenta con amplio equipamiento gastronómico, comercial, financiero y cultural.

Señalización: Cuenta con nomencladores de calles, en general muy deteriorados.

Descripción según el tipo de recurso “OEA-CICATUR”

Según la metodología adoptada, el atractivo denominado “Calle Nueva York” se enmarca en la tipología “Museos y Manifestaciones culturales”, que comprende Museos, Obras de Arte y Técnica (pintura, escultura, arte decorativo, arquitectura, realizaciones urbanas, obras de ingeniería), Lugares Históricos, Ruinas y Lugares Arqueológicos.

En base a las ponderaciones efectuadas, que le otorgan un puntaje total de 0,28 puntos, puede ser definido como Producto Turístico Potencial. A continuación se detallan las valoraciones parciales para las diferentes variables analizadas:

Superestructura (00 puntos): la legislación y políticas públicas relacionadas al turismo son escasas, si bien existe en el gobierno local un Área Turismo en el ámbito de la Subsecretaría de Producción. En cuanto a Organizaciones Privadas la ciudad cuenta con una Cámara de Turismo.

Infraestructura (00 puntos) cuenta con la presencia de los aspectos señalados aunque en su mayoría se observa un estado de deterioro o su desarrollo es incipiente, como es el caso de la señalética.

Equipamiento Turístico (00 puntos) es básico, sólo cuenta con un alojamiento, y pocos lugares que ofrecen servicio de comidas y bebidas. Pero a diferencia de otros recursos turísticos cuenta con la cercanía al Río y un centro de información turística cercano a la Calle New York.

Distribución y Comercialización(00 puntos): sólo se realiza a través de la página web del Municipio de Berisso y en las diversas Fiestas que se organizan en la ciudad, dando presencia por medio de folletería. Pero no se realiza una difusión masiva o fuera del entorno de la ciudad.

Los números arrojados por la matriz y la descripción ofrecida de cada punto indican que aún es necesario el mejoramiento de aspectos relacionados al desarrollo del recurso, como por ejemplo: accesos, señaléticas, promoción y difusión, preservación, entre otros.

4.2.4 Fiesta Provincial del Inmigrante

Identificación y ubicación

Denominación: Fiesta Provincial del Inmigrante.

Localidad: Berisso.

Partido: Berisso

Provincia: Buenos Aires.

Datos catastrales: Partido: 114. Circunscripción: VII, Sección B.

Coordenadas geográficas (IGN): Latitud: 34°52'5.26"S. Longitud: 57°53'1.45"O.

Tipo de bien: Patrimonio cultural inmaterial.

Reconocimiento: El municipio reconoce a la fiesta de Interés Municipal. Por otra parte, la incidencia de las colectividades en la composición social y cultural de Berisso hizo que la ciudad fuera declarada "Capital Provincial del Inmigrante" por Decreto del año 1978, ratificado por Ley del año 2002.

Reseña histórica

Organizada por primera vez en 1976 por iniciativa de las diversas colectividades que integraban la Asociación de Entidades Extranjeras (AEE), fue declarada de interés municipal dos años después coincidiendo con la declaratoria de Berisso como "Capital Provincial del Inmigrante" por parte del Poder Ejecutivo provincial. Desde entonces, se ha celebrado anualmente durante el mes de septiembre y principios de octubre culminando con la elección de la Reina de Inmigrante y el gran desfile de todas las entidades aglutinadas en la asociación. Si bien ésta goza de carácter autónomo, la Municipalidad participa de manera importante en aspectos organizativos y financieros.

Descripción y principales componentes

El evento consiste en un conjunto de actividades, tales como torneos deportivos, desembarco simbólico, funciones de teatro, conciertos, conferencias, exposiciones, espectáculos musicales y danzas, además de la degustación de las comidas propias de cada colectividad servidas por sus miembros ataviados con sus trajes típicos. De gran valor simbólico e identitario, la Fiesta procura transmitir y

mantener la vigencia de las costumbres y tradiciones de las más de veinte colectividades que aún persisten en la ciudad, traspasando la herencia cultural a hijos y nietos de los inmigrantes originarios en perpetua renovación a través de los intercambios o vínculos con sus países de procedencia.

Entre las principales manifestaciones que integran la Fiesta cabe mencionar:

- (i) Celebración Litúrgica EcuMénica del Inmigrante en la Iglesia “María Auxiliadora”, ubicada en calle 10 entre Av. Montevideo y 166.
- (ii) Actividades deportivas diversas (por ejemplo, Torneo de Voley Femenino y de Básquet Masculino inter-colectividades).
- (iii) Desfile de Carrozas Náuticas que da inicio al mes de celebraciones: las veinte reinas y representantes de las colectividades abordan embarcaciones en el muelle del C.E.F. 67, ubicado detrás de la Escuela Media N° 1, para luego descender en el Puente “3 de Abril” con la bienvenida de la Banda de Música del Regimiento 7.
- (iv) Encendido de la Llama Votiva y Posta del Inmigrante partiendo de la Colectividad Helénica y Platón (8 y 164) para concluir con la Bendición al pie del Monumento de los Inmigrantes, ubicado en el Parque Cívico.
- (v) Entrega de Diplomas recordatorios a inmigrantes con 50 o 75 años de residencia en el país, celebrada en las instalaciones de la Unión Polaca (calle 9 N° 4222, entre 164 y 165).
- (vi) “La Noche de los Jóvenes”, para esparcimiento de los descendientes de las diferentes entidades: organizado por la Subcomisión de Jóvenes y Deportes de la Asociación de Entidades Extranjeras, se realiza en la sede del Hogar Árabe Argentino (calle 11 N° 4077, entre 162 Norte y 163).
- (vii) “Jornada Recreativa Infantil del Inmigrante”, celebrada en instalaciones del Gimnasio Municipal (9 y 169), en la cual los niños pueden disfrutar de juegos y actividades recreativas con la finalidad de promover su participación e integración junto a toda la familia.
- (viii) Cena Show de Apertura de la Fiesta Provincial en el salón del “Cedro Azul” (ubicado en la Curva de las Naciones, próxima a la Rotonda “René Favaloro”), velada en que se sortean viajes, se presentan números artísticos y se disfruta distintas atracciones.
- (ix) Regata del Inmigrante “Emily Snow”, organizada por el Club Náutico Ciudad de Berisso (Avenida Génova 5003), que parte desde Berisso y concluye en el Departamento de Colonia del Sacramento (República Oriental del Uruguay).

- (x) “Desembarco Simbólico”, que representa la llegada de los inmigrantes y se efectúa en la esollera del Puerto local (Avenida Montevideo y Nueva York).
- (xi) Festival de Colectividades, donde se aprecian los distintos grupos de danzas y se degustan los platos típicos en el Patio de Comidas montado en el Parque Cívico.
- (xii) Elección de la Reina Provincial del Inmigrante.
- (xiii) “Maratón del Inmigrante” en el Parque Cívico.
- (xiv) Desfile de Cierre de la Fiesta Provincial, sobre Avenida Montevideo desde calle 16 hasta calle 8.
- (xv) Show de clausura con fuegos artificiales.



Desfile de colectividades

Fuente: www.youtube.com

Accesibilidad, infraestructura y equipamiento

Dado que la fiesta tiene por escenario varios lugares de la ciudad de Berisso, la accesibilidad es fácil tanto desde la misma como desde los centros urbanos aledaños. Es posible el estacionamiento vehicular en la Avenida Montevideo como en calles aledañas.

Servicios disponibles: La Avenida Montevideo ofrece variedad de equipamiento en todos los rubros más importantes: gastronómicos, comerciales, financieros y culturales.

Descripción según el tipo de recurso “OEA-CICATUR”

Acorde con la metodología correspondiente, y considerando sus varios componentes como un todo, la Fiesta del Inmigrante puede adscribirse a la categoría Acontecimientos Programados, sub-categoría Fiestas Populares. Analizado y ponderado en sus diferentes dimensiones, la sumatoria de los resultados obtenidos arroja un valor de 0.56/1 puntos totales que posiciona a La Fiesta Provincial del Inmigrante como producto “Emergente”.

Superestructura(0.10 puntos): La Fiesta cuenta con un marco institucional fortalecido ya que ha sido declarada tanto de Interés Municipal como “Capital Provincial del Inmigrante”. Asimismo, la organización se encuentra a cargo de la Asociación de Entidades Extranjeras. Sin embargo, si bien existe una declaración de Interés Municipal, el gobierno local no posee normativa respecto de la actividad turística en general, y por lo tanto, tampoco en lo referido a la festividad en particular.

Infraestructura y equipamiento turístico (0.13 puntos cada ítem): Escaso en ambos tópicos, el puntaje revela el escaso desarrollo de aquellos servicios directamente relacionados con la actividad turística.

Distribución y comercialización(0.17 puntos): La Fiesta del Inmigrante, así como otras realizadas en la ciudad, es promocionada por el municipio en su página Web y participando en ferias y eventos del sector.

4.2.5 Isla Santiago

Identificación y ubicación

Denominación: Isla Santiago.

Localidad: Isla Santiago.

Partido: Ensenada.

Provincia: Buenos Aires.

Datos catastrales: Partido: 115. Circunscripción: V.

Coordenadas geográficas (IGN): Latitud: 34°50'14.56"S. Longitud: 57°54'24.36"O.

Otras referencias de localización: Ubicada a 7 kilómetros de Ensenada, ciudad cabecera del Partido y a 60 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires.

Tipo de bien: Área natural con la inclusión de asentamiento urbano y conjunto edilicio.

Categoría o tipo patrimonial: Patrimonio natural, paisaje cultural.

Tipo de dominio: Público.

Protección: El área denominada "Monte Ribereño, Isla Paulino, Isla Santiago" fue declarada Paisaje Protegido en el año 2001 por la Ley provincial N° 12.756.

Reseña histórica

El origen de la Isla Santiago se vincula directamente con la construcción del Puerto La Plata, proyectado por el ingeniero holandés Juan Abel Waldorp y habilitado en el año 1890 (que vino a sustituir el primigenio enclave natural de la Ensenada, perdida su capacidad operativa por el proceso de cierre progresivo de la caleta). Junto a la Isla Paulino, fue resultante de la partición de la península original por trazado del Canal Central que ingresaba desde el río de La Plata. Habilitado posteriormente un servicio de lanchas, en ambos márgenes fue radicándose una población reducida pero permanente, mayoritariamente dedicada al trabajo de la tierra: papas, ajíes, tomates, chauchas, arvejas, espárragos y frutas componían una variada oferta, enviada a través de la estación ferroviaria de Ensenada para su venta y distribución en Capital Federal. Adicionalmente, sábados, domingos y feriados arribaban numerosas familias para disfrutar almuerzos campestres bajo la tupida arboleda, preanunciando de algún modo el sesgo turístico que la Isla ha continuado promoviendo hasta nuestros días.

Ya en la década de 1930, tras la expropiación de buena parte de aquellas tierras destinadas a las actividades agrícolas con la consecuente emigración de los más jóvenes, se instaló en ella la Base Naval: a ella siguieron el establecimiento de la Escuela Naval (1943, aún en actividad) y del Liceo Naval Militar (1947, que cerró sus puertas en el año 2000), ambas limitadas sobre su lado derecho por el Apostadero Naval Río Santiago.

Durante los últimos años, la economía local ha ido apoyándose cada vez más en los ingresos asociados a su oferta recreativa, apuntalada por la creación de la Asociación de Turismo Comunitario Isla Santiago que organiza ferias de productos regionales y actividades relacionadas con la pesca. Por otra parte, a partir de 2011 se ha visto favorecida por su inclusión en el Programa Pueblos Turísticos implementado por la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.



Vista desde Isla Santiago hacia Río Santiago

Descripción y principales componentes

Isla Santiago se halla separada del continente a través del Río homónimo, remanente de la antigua ensenada. Según el censo de 2010, tiene una población estable cercana a los 200 habitantes y un número no identificado de residentes temporarios, sea durante los fines de semana o la temporada de verano. De traza irregular y con variados senderos que le confieren un encanto particular, predominan las casas típicas de estilo ribereño levantadas sobre pilotes y revestidas en madera y chapa, completándose el paisaje con diversos muelles igualmente característicos. Es sede permanente de un Puesto de Prefectura Naval y cuenta con electricidad.

La Isla Santiago es parte de la “Llanura Costera” (o parte estuárica del Partido de Ensenada), extendiéndose aproximadamente entre la cota de 5 msnm y la costa del Río de la Plata. Se trata de una zona de relieve plano a plano-cóncavo, con pendientes por lo general inferiores a 0,03 % e importantes sectores deprimidos con diseño de drenaje anárquico. La zona presenta las típicas características de selva, con árboles de gran porte que mantienen la humedad de la atmósfera y del suelo, favoreciendo el desarrollo de especies vegetales inferiores.

Entre los componentes culturales materiales cabe mencionar:

(i) Viviendas típicas: casillas con estructura de madera recubierta con chapa de zinc, con techos a una o dos aguas con tirantería de madera que se combina con chapas y canaletas de zinc galvanizadas.

(ii) Escuela Primaria N° 38, que también funciona como Unidad Sanitaria. Elevada sobre pilotes, posee muros de mampostería con techo de chapa a dos aguas.

(iii) Prefectura Naval Argentina Monte Santiago, un edificio racionalista de forma semicircular y color blanco, elevado sobre pilotes, cuya concepción remite a las formas náuticas frecuentes en algunos ejemplos del inicio del Movimiento Moderno.

(iv) Escuela Naval y Liceo Naval Militar “Almirante Guillermo Brown”, La Escuela Naval se estableció en el predio en 1943 y funciona allí hasta la actualidad. En 1947 se fundó el Liceo Naval Militar, que dejó de funcionar en el lugar en el año 2000. Ambas instituciones tienen como fin formar jóvenes de manera profesional y física a fin de contribuir al aumento del personal de la Reserva Naval Principal y de ayudar a crear en el país una sólida conciencia marítima. El complejo donde se localiza la Escuela Naval y donde funcionó por un tiempo el Liceo, presenta una composición clásica. Está conformado por un conjunto de edificios que alojan distintas funciones y se organizan mediante un eje que tiene como inicio una gran explanada enmarcada por dos edificios principales. Estos tienen un lenguaje que se adscribe al racionalismo. Poseen esquemas compactos y axiales en donde se destaca el acceso ubicado en un cuerpo central adelantado. Presentan volúmenes puros, líneas rectas, ausencia de decoración y el color blanco.

(v) Club Isleños Unidos, fundado el 22 de agosto de 1913, funciona en una construcción típica de chapa y madera, con una galería semicubierta y rodeado de un espacio verde equipado con juegos, parrillas, mesas y bancos al aire libre.



Casa típica de la isla

Estado de conservación

General: Regular.

Tipo de deterioro: Escaso o nulo mantenimiento de viviendas, pavimentos y señalización.

Modificaciones o alteraciones observadas: Aparición de tipologías de vivienda disruptivas del paisaje y de la homogeneidad predominante en las construcciones pre-existentes.

Accesibilidad, infraestructura y equipamiento

Accesibilidad: El centro poblado de la isla es accesible por camino pavimentado que se inicia en Camino Costero Almirante Brown¹³, que une Ensenada con Punta Lara. Por esta vía llega el transporte público que comunica con Ensenada y La Plata.

Estacionamiento vehicular: Escasa superficie, ya que sólo se puede estacionar vehículos sobre el canal y sobre una playa de estacionamiento localizada al ingreso de la zona poblada.

Servicios disponibles: Camping municipal, Club Isleños Unidos, bar en el acceso al poblado y venta de comestibles por parte de algunos pobladores.

Señalización: Muy precaria y escasa.

Descripción según el tipo de recurso “OEA-CICATUR”

Según clasificación OEA-CICATUR, Isla Santiago responde a la categoría Sitio Natural y sus sub-divisiones de Observación de Flora y Fauna, Isla/Isote, Río. Asimismo, en razón de la tipología de vivienda predominante, se enmarca en la categoría Folclore, sub-tipo “arquitectura popular espontánea, conformado por un pequeño pueblo de un conjunto de casas”. Aplicada la metodología correspondiente al análisis del atractivo en su conjunto, Isla Santiago se posiciona como “producto potencial” con una ponderación de 0.22 puntos totales, a partir de las siguientes categorías analíticas:

¹³ Partiendo de La Plata, el itinerario completo es el siguiente: llegados a la rotonda que une las Avenidas platenses 32 y 120, se toma el camino Rivadavia hacia el municipio de Ensenada; ya en el centro urbano, el recorrido sigue hacia el este a través de la avenida Bossinga (pasando por el acceso al Club Regatas La Plata y el Museo del Fuerte Barragán) y luego por el ya citado Camino Costero Almirante Brown que se dirige al balneario de Punta Lara. Transitados unos cinco kilómetros, se dobla hacia el este por un camino pavimentado que finaliza en Isla Santiago.

Superestructura (0,10 puntos): El Partido de Ensenada cuenta con algunas políticas públicas orientadas al turismo en general, aunque de bajo o nulo impacto para el recurso estudiado. En cuanto a la jerarquía institucional, el área *ad hoc* se constituye con el rango de Dirección de Turismo, dependiente de la Secretaría de Relaciones Institucionales, Prensa y Ceremonial. En lo que respecta a la legislación sobre la actividad, la Isla se encuentra categorizada como “Paisaje protegido provincial” desde el año 2001. Esta figura no sólo pretende preservar la integridad de su paisaje natural, geomorfológico, histórico y urbanístico, otorgando la decisión a los municipios de Berisso y Ensenada para celebrar acuerdos coordinados de gestión, sino que también contempla el desarrollo de actividades ecoturísticas para la preservación de sus condiciones naturales. Por último, no existen Asociaciones ni Cámaras empresariales vinculadas al turismo.

Infraestructura (0,10 puntos): El bien estudiado presenta todos los componentes requeridos por OEA/CICATUR para este tópico, aunque con un bajo grado de cumplimiento.

Equipamiento o planta turística (0.02): Si bien la Isla cuenta con proveedurías, kioscos y algún restaurante o bar, no cuenta con alojamiento, lugares y actividades de esparcimiento turístico, u otras instalaciones o servicios específicamente orientados al turismo.

Distribución o comercialización del atractivo(0,00): El recurso no es promovido por la Web institucional de la Dirección de Turismo local como atractivo turístico de la zona, no existiendo a la fecha ninguna política municipal al respecto.

Tal como se ha mencionado, en función de lo descrito y la ponderación respectiva, Isla Santiago es un *atractivo potencial*. Ello significa que si bien presenta niveles incipientes de desarrollo, todavía no lo está suficientemente para una mejor inserción en el mercado turístico.

4.4 Barrio Campamento

4.4.1 IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN

Denominación:Barrio Campamento.

Localidad: Ensenada.

Partido:Ensenada.

Provincia: Buenos Aires.

Datos catastrales: Partido:115. Circunscripción: V.

Coordenadas geográficas (IGN): Latitud: 34°51'34.85"S. Longitud: 57°53'50.93"O.

Otras referencias de localización: Ubicado en la ciudad de Ensenada, próximo al área portuaria, en área delimitada por el Canal Oeste, Río Santiago y los depósitos e instalaciones del Puerto.

Tipo de bien: Área urbana.

Categoría patrimonial: Histórico- Arquitectónico- Ambiental.

Tipo de bien: Público.

4.4.3 RESEÑA HISTÓRICA

Además del sistema de diques y canales de los que da cuenta la reseña histórica de la Calle Nueva York, el proyecto del Puerto la Plata previó la existencia de áreas urbanas en proximidades del Dock Central. Éste ordenó la orientación de las manzanas, produciéndose en el caso de Ensenada un “choque” con la trama preexistente (cuyo borde es la calle Jesús María Jerez): como resultante, se generaron situaciones urbanas atípicas en nuestro medio, como calles cortadas o las famosas “cinco esquinas”.

En el sector más próximo al Dock Central, la nueva área urbana vino a coincidir con la zona en que se habían asentado los campamentos transitorios para albergar a los operarios ocupados en la construcción del puerto. De allí el nombre de Barrio Campamento que hasta hoy identifica el que fuera lugar de residencia preferencial de la colectividad italiana, durante las primeras décadas del siglo XX. Asentado sobre la llamada "quinta de Lavalle", propietario que les alquilara las tierras para asentarse, los obreros levantaron allí las precarias casillas que originarían el Barrio, también conocido como "*la piccola Italia*". Con el paso del tiempo y el mejoramiento de las condiciones de vida, fueron surgiendo las primeras casas de mampostería de ladrillos iniciándose un largo proceso de traspaso de generación en generación.

4.4.4 DESCRIPCIÓN Y PRINCIPALES COMPONENTES

Barrio Campamento se desarrolla a lo largo de tres calles principales:

Almafuerte, Gaggino y Buenos Aires. La primera de ellas corre paralela a uno de los canales del puerto, por lo cual presenta una relación directa con el paisaje natural. La Buenos Aires, por su parte, limita por uno de sus bordes con el muro de cerramiento del puerto, lo cual le otorga una particular fisonomía de enclave. La Avenida Ortiz de Rosas por la que se accede al barrio, en cambio, posee características del todo diferentes por tratarse de una de las vías principales de la ciudad.

En cuanto a los usos predominantes y modos de ocupación, se trata esencialmente de una zona residencial con viviendas de uno y dos niveles apoyadas sobre la línea municipal, existiendo algunas construidas con chapa y madera que remiten a la época fundacional del barrio y otras, más modernas, en mampostería de ladrillo revocado. A modo complementario, se encuentran comercios, depósitos y talleres, además de algunos equipamientos puntuales como escuela e iglesia. Sobre la avenida de acceso, existe oferta de usos institucionales, comerciales y de servicio.



Pasaje A. Demilis

Entre los componentes más importantes de su patrimonio cultural cabe mencionar:

- (i) Estación Dock Central: ubicada en calles Italia y Gaggino, representa la arquitectura ferroviaria típica de principios de siglo XX°. Se trata de un edificio de estilo neoclásico italiano, con amplia galería de hierro madera y vidrio. Construida en 1911 perteneciente al Ferrocarril General Roca que conectaba las terminales Plaza Constitución, La Plata y Río Santiago. En la década del 90 fue cerrada al privatizarse el ferrocarril y en la actualidad se encuentra reciclada funcionando allí, entre otras cosas, un museo portuario.

- (ii) Puente Giratorio: Ubicado en calle Almafuerde esquina Santa Fe, fue construido en 1890 para permitir el acceso ferroviario al Puerto desde Ensenada; montado sobre el Canal Oeste, se trata de una estructura de hierro a tono con la arquitectura industrial del momento; pese a su estado de abandono, funciona adecuadamente.
- (iii) Plaza Azucena Villaflor: Sito en calles Gilberto Gaggino y Santa Fe, enmarcado por el Puente Giratorio, este moderno espacio público que funciona como plaza del Barrio fue inaugurado en 2011 y así bautizado en recuerdo de una de las fundadoras de la Asociación Madres de Plaza de Mayo. Cuenta con un playón deportivo, zona de juegos infantiles y paseos combinados con arboledas que proponen un ámbito adecuado a la recreación y el esparcimiento.
- (iv) Pasaje peatonal Augusto Demili: Ubicado entre Avenida Gaggino y Almafuerde, entremezcla viviendas tradicionales de chapa y madera con otras más modernas realizadas en mampostería. Las construcciones se hayan alineadas según un frente continuo pero heterogéneo en cuanto a lenguajes y materiales utilizados.
- (v) Viviendas revestidas en madera y chapa: De una sola planta y ubicadas sobre la línea municipal o con retiro, poseen la típica estructura de madera revestida con chapa de zinc, cubiertas conformadas por tirantería de madera combinada con chapa, y carpinterías de madera en la mayoría de los casos. Algunas de ellas, sin embargo, han tenido agregados de mampostería de ladrillo que modifican su aspecto original.
- (vi) Capilla Nuestra Sra. de Luján: Ubicada en Av. Gaggino entre Córdoba y Santa Fe, se trata de un edificio de cinc con forma de galpón industrial, carente de aberturas al exterior y techo a dos aguas, al que se accede a través de un pequeño atrio de madera.
- (vii) Casa Igartúa: Emplazada frente al Canal Oeste sobre la calle Almafuerde, y rodeada de jardines, este chalet de estilo normando resuelto en tres niveles presenta techo de tejas a varias aguas, un perfil irregular, juegos volumétricos y una variedad de texturas y materiales en sus fachadas.
- (viii) Aduana: Situado en la esquina de las calles Ortiz de Rosas y Gaggino, está conformado por un volumen blanco de forma pura y líneas rectas, con ventanas apaisadas con parasoles metálicos, elementos característicos del racionalismo moderno que se popularizó en la década de 1930.



Puente giratorio sobre Canal Oeste

4.4.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

General: Regular.

Tipo de deterioro: Falta de mantenimiento en la edificación residencial.

Modificaciones o alteraciones observadas: Ensanchamiento de la calle Río de la Plata, con cambio de material de la calle y extracción de árboles reemplazados por especies más pequeñas.

4.4.6 ACCESIBILIDAD, INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

Accesibilidad: El barrio es fácilmente accesible ya que es parte de la ciudad de Ensenada; el vínculo con el centro de la ciudad es la Avenida Ortiz de Rozas. Cuenta con transporte público que lo comunica con el centro de la ciudad y con La Plata.

Estacionamiento vehicular: Disponible sobre calles principales y secundarias del Barrio.

Señalización: Nomencladores de calles.

4.4.7 DESCRIPCIÓN SEGÚN EL TIPO DE RECURSO “OEA/CICATUR”

Acorde con la metodología adoptada, Barrio Campamento puede definirse dentro de la categoría “Museos y Manifestaciones Culturales”, sub-categoría

“Arquitectura y espacios urbanos”. Analizadas las ponderaciones del atractivo en su conjunto, se posiciona como “producto potencial” con un valor total de 0.25 puntos según los siguientes componentes:

Superestructura (0.06 puntos): Si bien el Partido de Ensenada cuenta con algunas políticas públicas orientadas al turismo en general, éstas resultan de bajo impacto o nulo en cuanto al atractivo estudiado. Desde el punto de vista de la jerarquía institucional otorgada al área de turismo, ésta alcanza rango de Dirección (dependiente de la Secretaría de Relaciones Institucionales, Prensa y Ceremonial). En lo referente a la legislación que regula la actividad, lamentablemente, se encuentra desactualizada. Por último, no existen Asociaciones y Cámaras vinculadas al turismo.

Infraestructura (0.10 puntos): Con vías de acceso en buen estado, y posibilidad de llegar con transporte particular como en transporte público proveniente de La Plata. Respecto de la sanidad existen algunos problemas asociados con la acumulación de basura y la contaminación de las aguas sobre las que se ubica el puente giratorio, es por ello que se otorga una baja puntuación a dicho aspecto. En cuanto a instalaciones eléctricas el barrio cuenta con red de energía eléctrica.

Equipamiento turístico (0.05 puntos): Cuenta con un servicio de restauración, un comedor local de tipo bodegón el cuál es el único que presta este servicio. No existen en el barrio alojamiento al igual que servicios de agencias de viajes receptoras o puestos de información turística. La zona analizada cuenta con espacios de esparcimiento como la plazoleta que se encuentra próxima al puente giratorio.

Distribución y comercialización (0.04 puntos):Prácticamente, sin mención en la propia Web municipal.

4.3. Estudio de demanda

4.3.1 Antecedentes

Uno de los primeros puntos a tener en cuenta a la hora de reflexionar sobre las características que posee la demanda que visita esta región es considerar los antecedentes para el tema en cuestión. Como tal, es preciso citar el “*Diagnóstico Estratégico del sector turismo en la ciudad de La Plata*” llevado a cabo por el

Departamento de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, elaborado durante los años 2013-2014. El mismo arroja información que resulta de gran utilidad para caracterizar el perfil de visitantes de la ciudad de La Plata y es un complemento importante para los objetivos que se propuso el presente proyecto de investigación; sobre todo en un marco de escasez de información primaria y actualizada sobre turismo para los municipios en cuestión.

En lo que refiere a sus características metodológicas, el mismo consistió en un muestreo aleatorio simple donde se encuestaron a 256 personas mayores de 18 años que se encontraban visitando la ciudad de La Plata, incluyendo visitantes de un día (excursionistas) y turistas que pernoctan una o más noches en la ciudad. El relevamiento se llevó a cabo en diferentes puntos de atracción turística tales como La Catedral de la ciudad, el Museo de Ciencias Naturales, algunos establecimientos hoteleros, entre otros.

Este estudio evidenció, en general, un perfil distribuido de manera equitativa en lo que refiere a la edad de los visitantes. En este sentido, no se encontraron diferencias significativas según sexo, edad y ocupación destacando por tanto un grupo variado en función de estas características. Por el contrario, sí se evidenciaron contrastes en lo que concierne a la procedencia determinando que, de las personas que visitaron la ciudad, el 78,5% son argentinos -, procedentes de la provincia de Buenos Aires (60%), de Ciudad Autónoma de Buenos Aires (13%), de la provincia de Córdoba (8%); mientras que el 21,5% restante pertenecen mayormente a países latinoamericanos tales como Uruguay (6,6%), Brasil (3,5%), México (2,3%), entre otros.

Asimismo, si se tienen en cuenta los motivos por los cuales visitaron la ciudad, el 44% lo hizo por "*ocio y placer*", el 33% por "*motivos personales, de estudio, salud, negocios u otros*", y el 22% restante, por "*eventos, congresos y reuniones*". Por otra parte, en este punto es importante mencionar que se definieron algunos "grupos de viaje" o segmentos según sus motivaciones. Si se procede a describir, por ejemplo, a los *visitantes por Ocio o Placer*, la mayoría arriba a la ciudad acompañado de familia con niños (47,3%) y en segundo lugar acompañados por su pareja (23,2%), éstos no pernoctan en la ciudad (56,6%), o en segundo término optan por alojarse en casa de familiares o amigos (24,8%). Respecto al medio de transporte que utilizan, arriban mayoritariamente en automóvil propio (63,7%). Además, este grupo mencionó haber utilizado servicios de entretenimiento como el Museo de Ciencias Naturales de la UNLP (52,5%) en primera instancia, y el Parque Temático República de los Niños

(39,4%) en segundo orden. En este punto, es conveniente mencionar que los Visitantes por Ocio o Placer son mayoritariamente visitantes de día también denominados Excursionistas, ya que no pernoctan en la ciudad.

A diferencia, quienes visitan la ciudad por *Motivos Personales, Estudio, Salud, Negocio u otros*, son mayoritariamente visitantes que arriban solos (28,2%) y en segundo término acompañados por su pareja (25,9%). Éstos se hospedan en Hostels (47,4%) y como segunda alternativa se hospedan en Hoteles 3 estrellas (28,1%). Este grupo, mencionó el Museo de Ciencias Naturales (23,3%) y los Eventos Musicales (23,3%) como los servicios de entretenimiento más utilizados, y en segundo término encontramos el Teatro Argentino de La Plata (13,3%) y la Catedral con la subida en ascensor (13,3%).

En lo que refiere al tercer grupo, los *motivados por los Eventos, Congresos y Reuniones*, sus viajes son integrados por Amigos (40%), seguidos por Pareja (16,4%) y Contingentes (12,7%); y a la hora de alojarse, prevalece el Hotel de 3 estrellas (29,1%). Este grupo mencionó haber utilizado en primer lugar el Museo de Ciencias Naturales (25,3%) como servicios de entretenimiento, seguido por la Catedral y su subida en ascensor (14,3%).

Si se retoma el análisis de la muestra general, debe destacarse como fuente de información principal al momento de elegir visitar el destino el “boca en boca” a partir de la recomendación de amigos o familiares así como también la utilización de las distintas páginas web informativas de la ciudad como fuente de consulta principales previo a visitar la ciudad. En cuanto al gasto turístico surge como tendencia que la mayor proporción de los visitantes tiene un gasto promedio de entre \$250 y \$500 por día, y que el 50% de los encuestados no supera los \$750 diarios. Pero si a esto último, le sumamos la información proveniente del motivo de la visita, se puede concluir que existe una tendencia a que los turistas relacionados con motivos de asistencia eventos (congresos y reuniones) o por motivos personales tales como salud o negocios tienen una mayor propensión a gastar en el destino. En este sentido, este último motivo tiene como mayor frecuencia un gasto que ronda los \$4000 pesos diarios.

Si el foco pone énfasis en los atractivos visitados, surge que los 5 principales son: la Catedral (62,3%), el Museo de Ciencias Naturales (41%), la Plaza Moreno (34%), la República de los Niños (26,2%) y el Paseo del Bosque (22,5%). Y en cuanto a los

sitios que le gustaría conocer se identifica como principales el planetario (37,2%), el Estadio Único (28,2%), el Museo de Ciencias Naturales (26,9%), el Teatro Argentino (24,4%) y la República de los Niños (20,5%).

Asimismo, se les preguntó a los visitantes sobre las percepciones positivas y negativas sobre la ciudad. Tanto los visitantes motivados por el ocio y el placer como aquellos motivados por cuestiones *personales, Estudio, Salud, Negocio u otros* valoraron positivamente “los espacios verdes”, “edificios emblemáticos” y “diseño urbanístico” respectivamente, encontrando mayor concentración de elección en el primer grupo. Respecto al grupo motivado por *los Eventos, Congresos y Reuniones*, valoraron positivamente “diseño urbanístico”, “edificios emblemáticos” y “otros” respectivamente. En relación a los aspectos negativos, los tres grupos mencionaron “NS/NC”, “Tránsito”, “Espacios público e infraestructura” y “Diagonales (para desplazamiento)” con las mayores valoraciones, no obstante “NS/NC” concentró los mayores porcentajes de los grupos.

A nivel global, las actividades mayormente asociadas al destino La Plata son “realizar actividades al aire libre”, con un valor medio de valoración de 6,20 de diez puntos posibles, seguido de “disfrutar de espacios verdes”, con 6,11. En los tres segmentos, las actividades predominantes están relacionadas con “realizar actividades al aire libre”. Sin embargo, se evidencian algunas diferencias a medida que se avanza en el orden o jerarquía de la elección dada la relación con el motivo de la visita. Por ejemplo, los visitantes motivados por el ocio y el placer, mencionaron valorar “pasar un momento agradable con mi familia e hijos” y “visitar museos”. Mientras que en el caso de los en el caso de los *visitantes por Eventos, Congresos y Reuniones* la segunda actividad más valorada es “compartir intereses comunes y conocer otras personas”, seguida por “asistir a jornadas y/o seminarios y otras actividades académicas” y “asistir a congresos” ambos por encima de la media global. Por último, para los *Visitantes por Motivos Personales, de Estudio, Salud Negocio u otros*, son altamente valoradas actividades como por ejemplo “realizar mis estudios”, “compartir intereses comunes y conocer otras personas” o bien “visitar museos”.

4.3.2 Estudio de demanda acerca de los recursos seleccionados

A partir de una muestra de 289 encuestas realizadas a residentes de los partidos de La Plata, Berisso y Ensenada, se obtuvieron diversos resultados, que dan

indicios acerca de los caminos a seguir respecto de los objetivos de diversificación de la oferta turística basada en el patrimonio natural y cultural de la región. Mediante las encuestas realizadas se indagó acerca de distintos aspectos asociados a las variables que componen una experiencia turística, entre ellas el tiempo que se le dedica, los atractivos o actividades que la componen, el gasto que esa actividad implica y los gustos y preferencias de los residentes (potenciales excursionistas). De esta manera se inquirió acerca de:

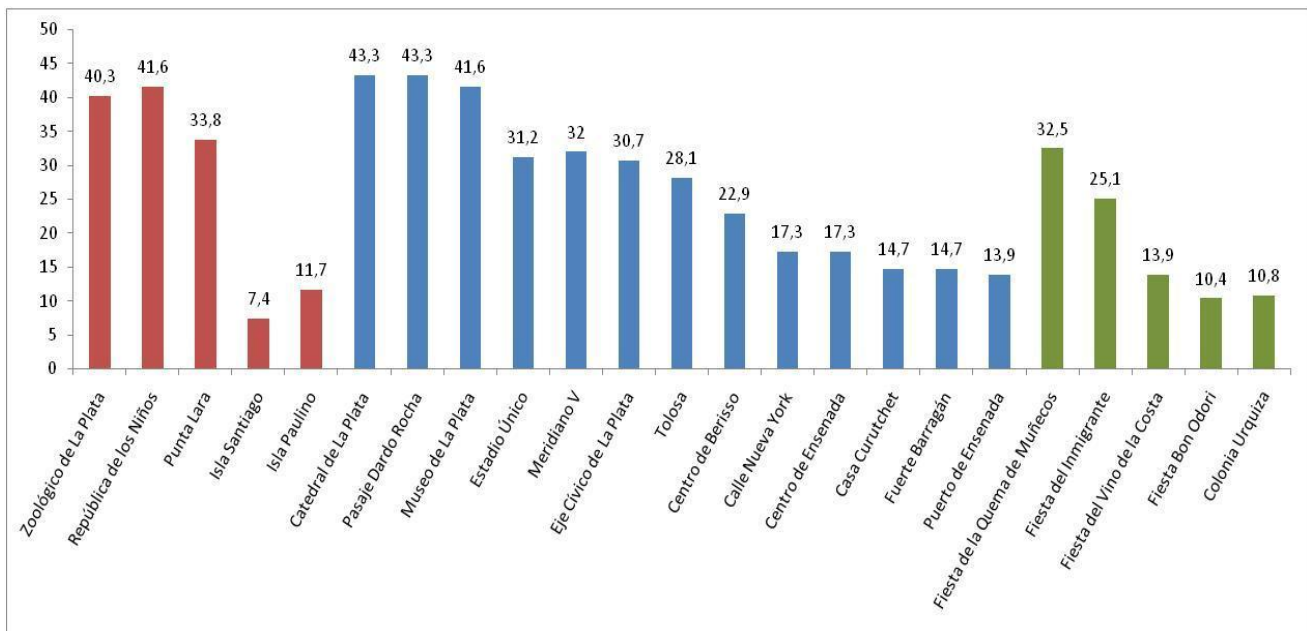
- Actividades que se realizan en el tiempo libre.
- Qué lugares ha visitado y cuál es el nivel de satisfacción de la visita.
- Cuáles son los productos típicos de la región según los residentes
- Qué tipo de actividades prefieren
- Qué importancia tiene el tiempo de traslado y el gasto que le implica la visita

En primera instancia se trabajó con cada pregunta de la encuesta en particular, analizando las respuestas de cada una. A continuación, se trabajó solo con algunas variables, cruzándolas entre ellas para obtener nuevos resultados orientados al propósito de este análisis. Por lo tanto, con el fin de obtener datos que colaboren a los objetivos del trabajo, se obtuvieron las aproximaciones que se detallan a continuación.

Acerca de la pregunta que indagaba sobre los tipos de actividades que los residentes prefieren realizar, las posibilidades se segmentaron en tres tipos: “actividades culturales”, “actividades al aire libre” y “fiestas populares” y, según esta diferenciación, también se segmentó a los diferentes atractivos mencionados en las encuestas para un mejor análisis. Se optó por realizar tablas de contingencia que combinen los residentes que dieron valoración máxima a cada tipo de actividad y los sitios/eventos que han visitado por lo menos una vez.

En base a una conjetura previa de que quienes dan mayor valoración a determinado tipo de actividad tendrán mayor porcentaje de visita a aquellos atractivos del mismo tipo, vemos que existen casos donde no se condicen estas dos variables.

Mayor valoración a Actividades Culturales

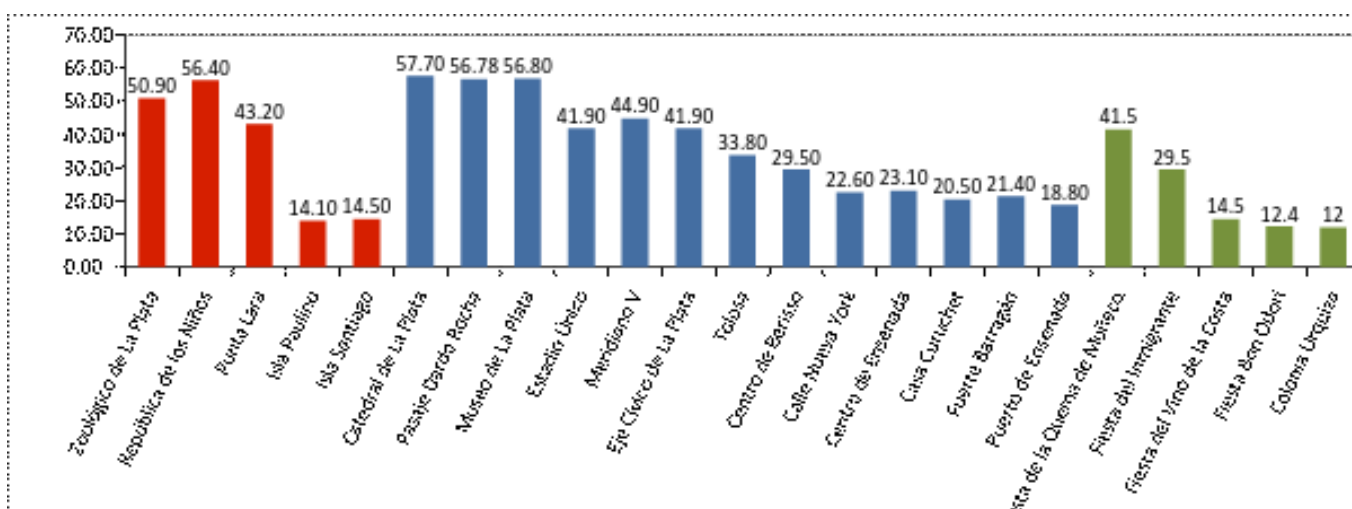


Se observa que del total de encuestados que valoraron con una puntuación máxima de preferencia a las actividades culturales, dentro del conjunto de atractivos asociados a las actividades al aire libre el menor corresponde a las islas Paulino y Santiago, lo que puede deberse a dos motivos: en primera instancia que la mayor valoración fue otorgada a las actividades culturales y, por otra parte y teniendo en cuenta el análisis realizado del caso Isla Santiago, es probable que el escaso desarrollo de infraestructura de este atractivo sea un condicionante para los visitantes. Un caso similar ocurre con Colonia Urquiza, que si bien ha sido caracterizado como un atractivo potencial en los análisis de casos la elección por parte de los visitantes es de sólo el 10.8%.

Por último, pero no por ello menos relevante, se analiza el caso del conjunto de atractivos culturales. Allí vemos como Calle Nueva York recibe un porcentaje de visitas del 17.3%, que si bien se encuentra muy por debajo de atractivos como Catedral o Museo de La Plata, ha sido ubicado en el análisis de caso como potencial, lo que le da la posibilidad de avanzar en esta escala. Finalmente, Meridiano V recibe una puntuación del 32%, lo que lo coloca en una posición beneficiosa respecto del resto de los casos seleccionados, lo que no debe ser considerado, no obstante, estancamiento del recurso.

En líneas generales puede verse que los atractivos mencionados como culturales reciben mejores valoraciones. Esto puede deberse al segmento de encuestados, quienes mencionaron que prefieren las actividades culturales en mayor medida que las demás.

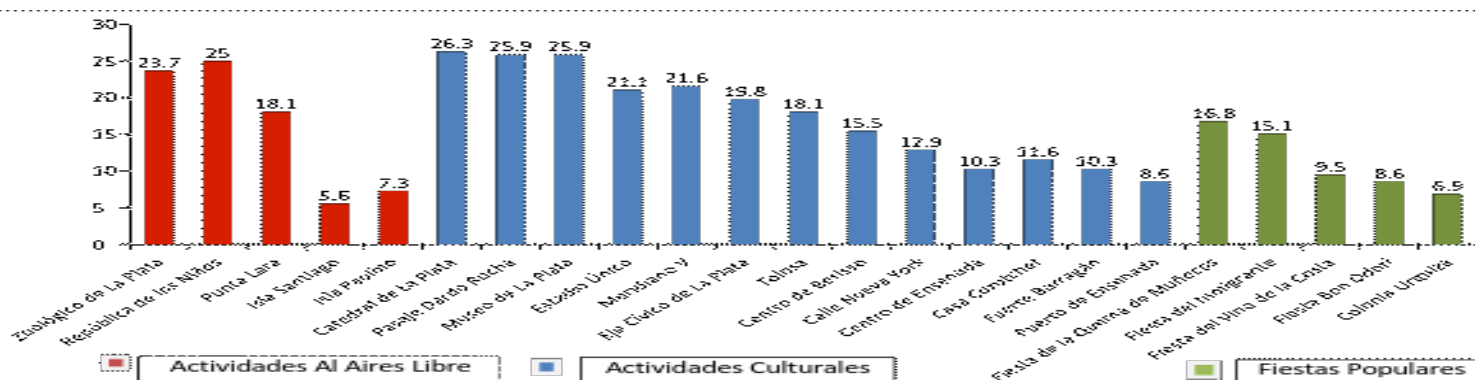
Mayor valoración a Actividades al Aire Libre



Del total de personas que dieron valoración máxima a las actividades al aire libre, un porcentaje de al menos el 56% ha visitado, aunque sea alguna vez, los atractivos considerados de aire libre. Pero también resultan preponderantes (como se observa en las barras azules del gráfico 2) los resultados obtenidos para visitas a atractivos de tipo cultural que corresponden, en general, a espacios cerrados. Los atractivos de aire libre asociados a Ensenada y Berisso tienen un índice de visita bajo en relación con los atractivos más visitados que corresponden a la ciudad de La Plata. Se puede concluir en un potencial a explotar, se los podría trabajar integralmente con Punta Lara que tiene un 33,8% de visita.

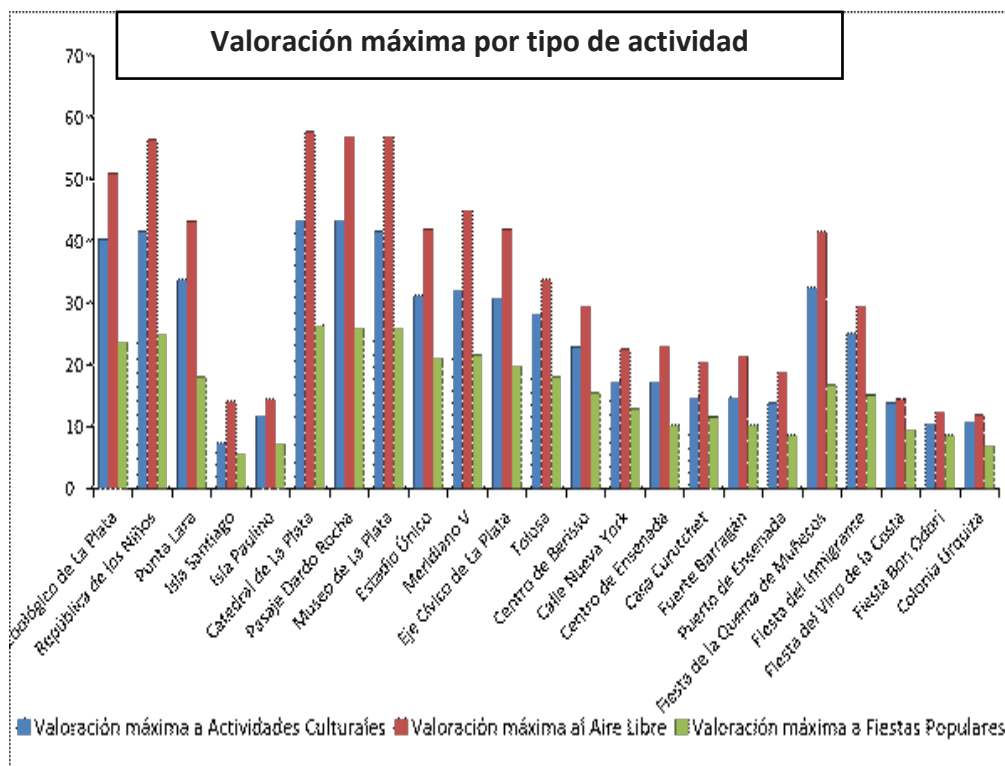
En relación con el notorio interés por visitar también sitios o eventos de tipo cultural, se podrían realizar actividades que combinen ambos tipos. Es decir, fomentar las experiencias que vinculen aire libre con actividades culturales para captar estos posibles excursionistas.

Mayor valoración a Fiestas Populares



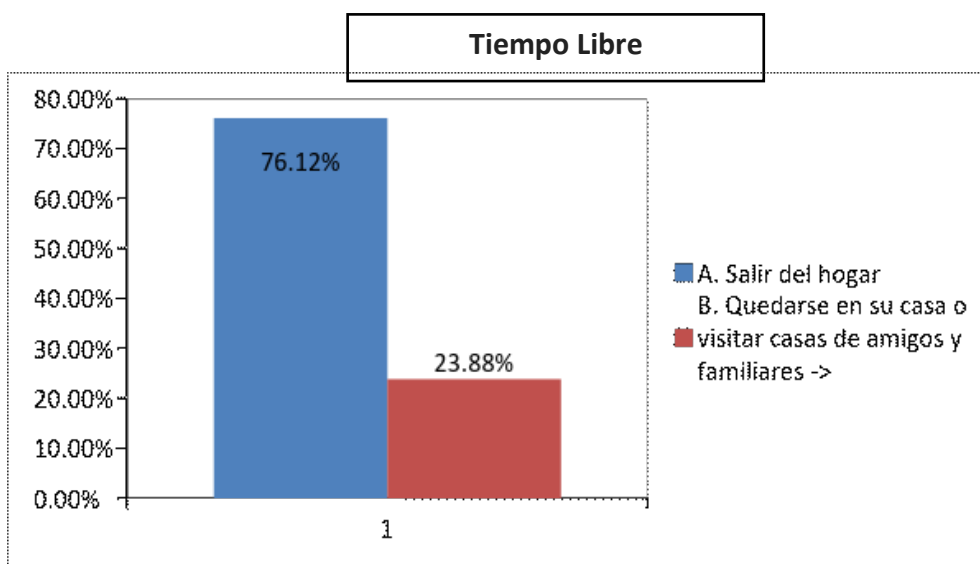
Del total de personas que valoran al máximo su preferencia por las fiestas populares, se puede apreciar que los porcentajes de visita a este tipo de atractivos no son altos. En comparación con los valores obtenidos para los mismos atractivos pero según valoración máxima a actividades al aire libre y actividades culturales, los porcentajes se mantienen similares. Es decir que, más allá de que otorguen valoración máxima a fiestas populares, no son los que más asisten a este tipo de eventos.

En rasgos generales, se aprecia que a pesar de las preferencias de los encuestados por las diferentes opciones de actividades recreativas, los atractivos más visitados se repiten, lo que permite verificar que la elección de asistir o no a un atractivo está determinada en mayor medida por otros factores.

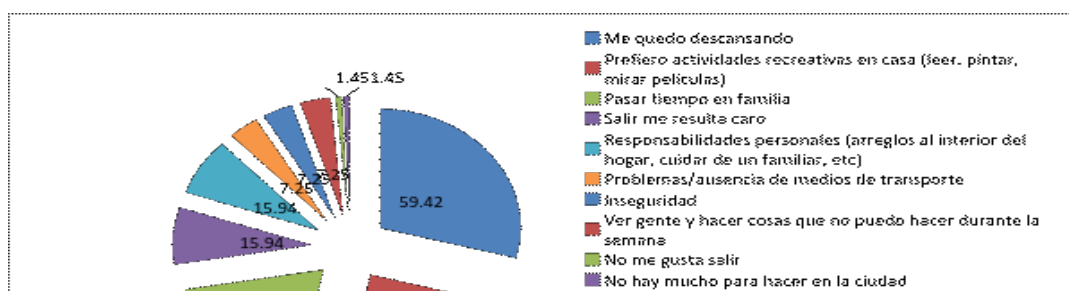


La mayoría de los encuestados, dio valoración máxima a actividades al aire libre, seguidas por las actividades culturales y luego fiestas populares. Se concluye que resulta recomendable la promoción de actividades al aire libre en combinación con otros tipos de actividades. Por ejemplo, entre los eventos de tipo fiestas populares, los más visitados son los que se realizan al aire libre en espacios públicos, como la Quema de los Muñecos que se realiza a fin de año en La Plata. Sin embargo, en

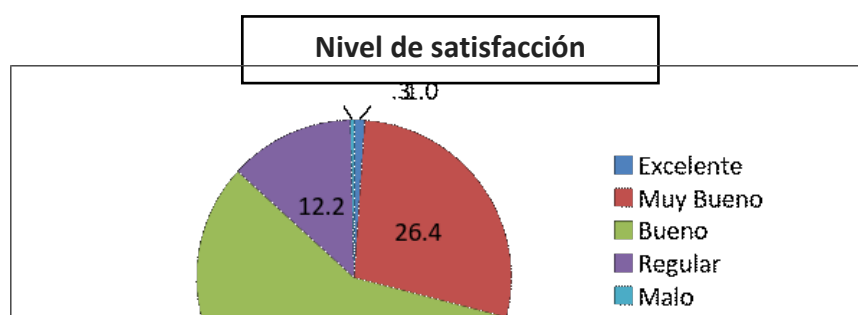
referencia a las actividades culturales, los atractivos de este tipo más visitados implican espacios cerrados. Se podría trabajar en la simultaneidad de eventos de tipo cultural - aire libre. Existen manifestaciones como el FIFBA, Festival Internacional de Folcklore, que se realiza cada año en el Paseo del Bosque de La Plata, donde se combinan actividades culturales con el disfrute de espacios al aire libre.



Del total de encuestados, una amplia mayoría prefiere salir del hogar en su tiempo libre, mientras que tan solo unos pocos eligen quedarse en su casa. Este porcentaje de encuestados que opta por salir representa un potencial recreativo; de ahí la importancia de brindar opciones de recreación que diversifiquen la oferta y fomenten a las personas a salir del hogar en espacios destinados a recreación.

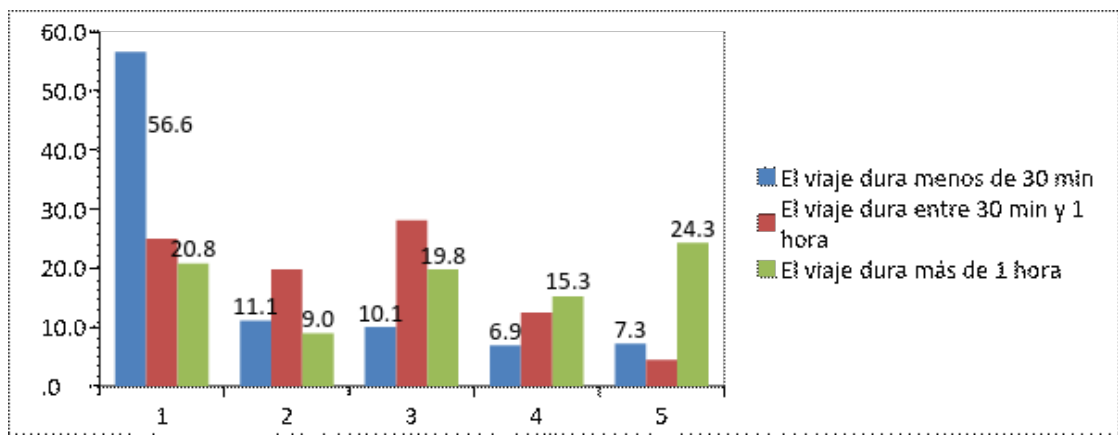


En cuanto a los que prefieren quedarse en casa, es interesante resaltar que la opción "No hay mucho por hacer en la ciudad" no fue de las más elegidas. Por lo tanto, esto puede indicar que los encuestados conocen las opciones de recreación que se ofrecen y que las mismas no influyen negativamente al momento de elegir salir o no del hogar.



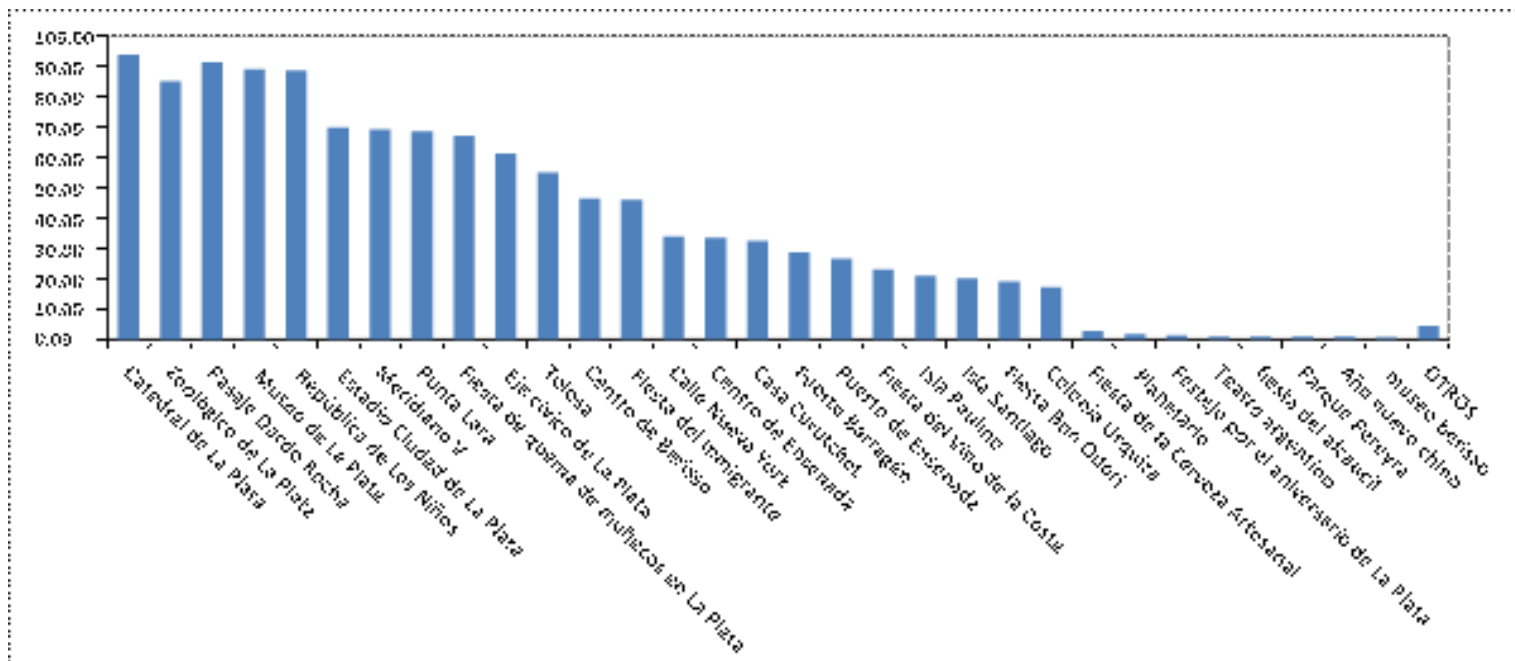
Al momento de indagar acerca del nivel de satisfacción respecto a los sitios/eventos visitados, más de la mitad de los encuestados eligió la opción calificativa Bueno. El hecho de que una gran mayoría valore como buena a las experiencias que ha tenido visitando los diferentes atractivos de la región podría ser una motivación indirecta para salir de casa en el tiempo libre y destinarlo a actividades recreacionales, teniendo en cuenta que la experiencia de visita condiciona la decisión de volver a visitar un lugar o no.

Tiempo de traslado



Cuando se indagó acerca de cómo influye el tiempo de traslado en la decisión de visitar o no un atractivo, se evidencia que traslados de corto tiempo (de menos de media hora) no influye en dicha decisión. Mientras que los traslados de más de una hora tienen una influencia mayor. Por lo tanto, el tiempo de traslado hacia un determinado sitio/evento influye en la decisión del visitante, cuando se trata de traslados de más de media hora.

Lugares que ha visitado

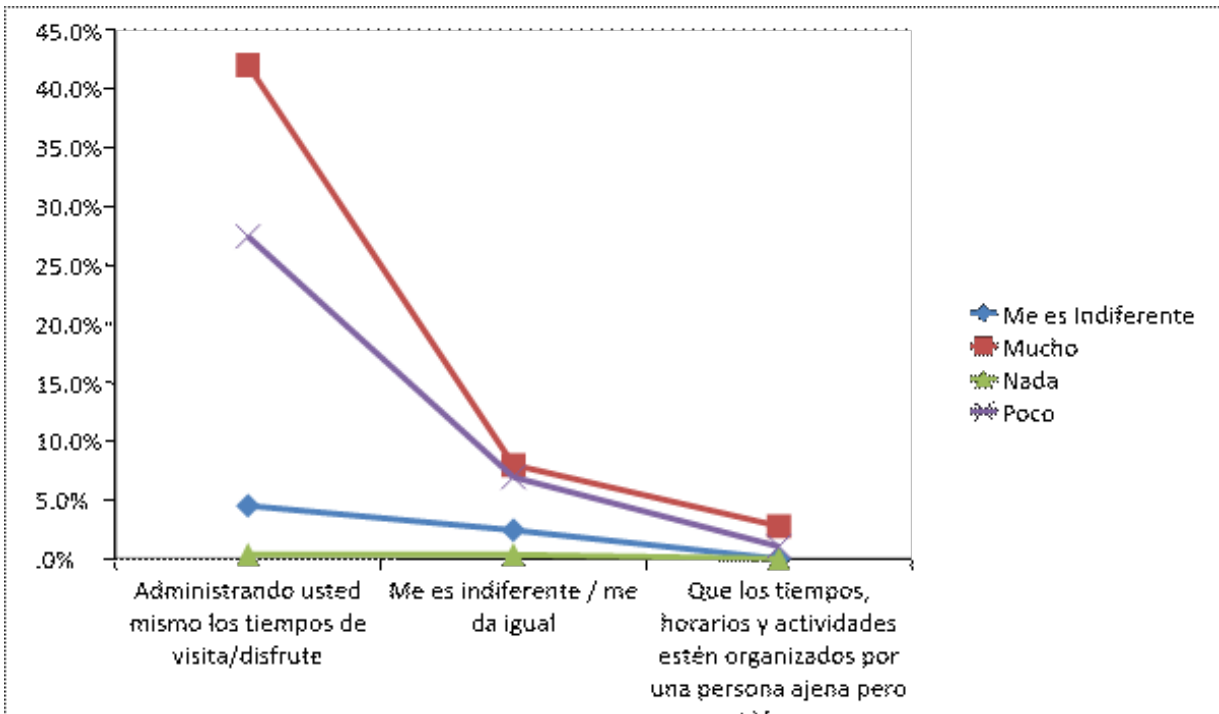


Al considerar el ranking de los lugares que fueron más visitados por los encuestados, se observa que entre los más elegidos son atractivos segmentados dentro de las categorías de aire libre o culturales. Además, los cinco primeros se ubican cercanos al centro de la ciudad de La Plata. Según esta relación, llama la atención que atractivos dentro del casco urbano platense como el Eje Cívico de La Plata, Casa Curutchet o el Teatro Argentino no hayan estado entre los más visitados. Se concluye un potencial circuito por el centro de la ciudad que incluya dichos sitios como también otros edificios emblemáticos de la ciudad.

Al hacer hincapié en el tiempo de traslado de un lugar a otro, influye el medio de transporte utilizado. Ninguno de los atractivos mencionados se encuentra a más de una hora del centro de la ciudad de La Plata, en transporte automotor privado o público. Resulta de importancia considerar estas distancias al momento de diseñar circuitos o experiencias, ya que se pueden incluir sitios que quedan fuera del casco urbano de La Plata y del centro de Berisso y de Ensenada.

La información obtenida a partir del análisis de esta variable expone, a su vez, la importancia del fácil acceso a los diferentes atractivos de la región. Las experiencias y circuitos que se planteen deberán contemplar que el tiempo de traslado de un sitio a otro no supere el tiempo in situ para una maximización de la experiencia.

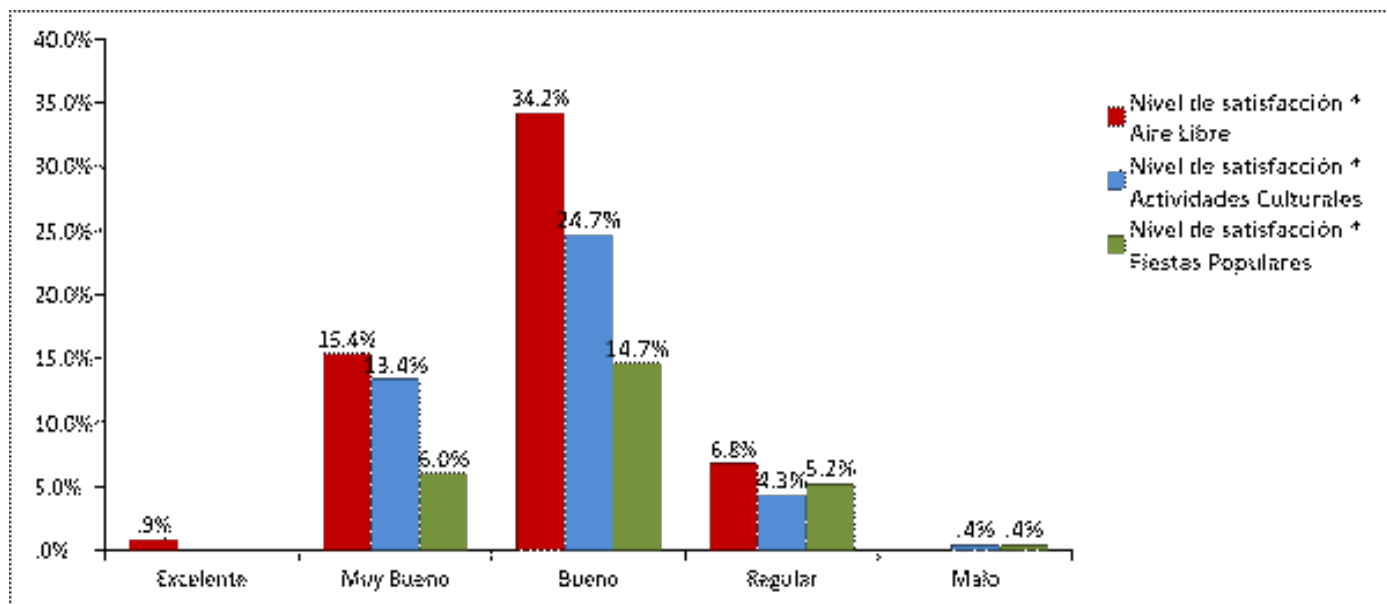
Administración del tiempo libre e Influencia del precio



Se combinaron las preguntas que indagaban acerca de la preferencia en cuanto a la administración del tiempo y la referida a la influencia del precio como factor de decisión de consumo. Del total de quienes indicaron que el precio les resulta indiferente al momento de consumir un producto o servicio, la variable de administración del tiempo quedó distribuida de forma relativamente pareja, con una leve tendencia hacia la independencia sobre el manejo del tiempo, y totalmente pareja para quienes afirmaron que el precio no influye en dicha decisión. Por otro lado, quienes prefieren administrar el tiempo de manera propia, indican que el precio sí influye en la decisión de consumo ya sea con menor o mayor influencia.

Este gráfico muestra que la relación entre precio y administración del tiempo de recreación se condice. La gran mayoría prefiere organizar su tiempo libre de manera independiente a contratar los servicios de una agencia. De aquí se deriva, la importancia de la promoción de sitios/eventos, la existencia de medios de transporte públicos para fácil acceso, la necesidad de una buena señalética, y demás asuntos a prever.

Nivel de Satisfacción



A grandes rasgos, se puede apreciar que independientemente de la preferencia por cierto tipo de actividades, el nivel de satisfacción es generalmente bueno. En el caso de los encuestados que dieron valoración máxima a fiestas populares, se nota una tendencia hacia un nivel de satisfacción más bajo. Por el contrario, quienes prefieren las actividades de aire libre indican una tendencia hacia una satisfacción positiva. Se deberá otorgar prioridad a la cuestión calidad al momento de creación de nuevas oportunidades para diversificar la oferta, con el objetivo de mantener el nivel e intentar incluso superar los niveles actuales.

A modo de cierre de este capítulo, donde el foco de análisis estuvo determinado por los gustos y preferencias de los visitantes de la región, es posible aproximar algunas reflexiones respecto de los cursos de acción que podrían tomarse con el objetivo de desarrollar una actividad turística sostenible y con elementos que colaboren a su competitividad.

Respecto de los casos seleccionados, sólo Meridiano V se encuentra entre los diez (10) más visitados, a la vez que encontramos a los 5 restantes entre los puestos once (11) y veintiuno (21), lo que podría pensarse como una potencialidad, ya que el desarrollo es incipiente y puede orientarse el mismo según los parámetros que delinear esta investigación.

Ahora bien, vinculando esta posición de preferencia por las actividades fuera del hogar y donde el visitante escoge, en su mayoría, realizarlas de manera personal administrando su tiempo y dinero, es posible pensar en experiencias semi planificadas.

Asociado también a los resultados obtenidos es posible imaginar líneas de trabajo conjuntas, de vinculación, entre los diferentes tipos de atractivos, culturales, naturales y fiestas populares, en la posibilidad de desarrollo de experiencias que combinen recursos de los diferentes tipos de atractivos y proponer nuevas actividades.

5. CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones referidas a los casos de estudio

En función de lo trabajado previamente, se consideró preciso incorporar un quinto capítulo que incluya, a modo de conclusión, algunos disparadores o consideraciones que surgieron a partir del análisis teórico y empírico de los estudios de caso. Para emprender dicha síntesis se decidió tomar como punto de partida los conceptos de sostenibilidad y competitividad entendiendo que resultan de vital importancia para la elaboración de planes y programas de política turística. En este sentido, si bien se reconoce que en la bibliografía vinculada al tema no existe un posicionamiento unánime y convergente, el presente trabajo considerará a los mismos como aspectos complementarios y esenciales para todo desarrollo turístico.

De ahí que la sostenibilidad, como concepto, hace alusión al proceso que busca satisfacer las necesidades y ampliar las libertades de las generaciones presentes sin comprometer a la de las generaciones futuras. Más específicamente tiene como objetivo lograr un equilibrio entre la conservación y el uso turístico del patrimonio incluyendo una gestión participativa que involucre a la comunidad. Es decir un turismo que favorezca al desarrollo entendido por la mejora de la calidad de vida de la población a partir de la generación y distribución equitativa de beneficios económicos, el respeto por el ambiente natural y construido por el ser humano y por la identidad sociocultural de la comunidad o comunidades involucradas. Por su parte, la competitividad entendida desde un enfoque sistémico, hace referencia a la capacidad de agregar valor a la experiencia turística. Al incorporar la idea de *multidimensionalidad* este concepto no se limita a los factores económicos -como son las estrategias de reducción de costos o aumento de eficacia o eficiencia en los procesos administrativos- sino también a la multiplicidad de dimensiones, incluyendo las socioculturales. De ahí que, como tal, la competitividad puede estar basada las características territoriales, como la capacidad evidenciada por parte de un organismo para la aplicación y ejecución de medidas tendientes a generar una comunidad activa y participativa en torno al desarrollo turístico.

Colonia Justo José de Urquiza

Colonia Urquiza se encuentra en un estadio de desarrollo incipiente que no permite hablar de competitividad turística ya que la zona aún precisa de infraestructura, equipamiento turístico e involucramiento de su comunidad para luego intentar

posicionar al turismo como alternativa económica, social y cultural. Se pueden identificar los siguientes rasgos de sostenibilidad:

- **Económica:** Hoy en día carece de políticas turísticas ya que el eje de su economía y desarrollo social pasa por la producción de flores y el cultivo de verduras, mientras que el turismo no resulta ser prioritario para sus habitantes. Sin embargo, se destaca por la convivencia de diferentes colectividades y la riqueza que ese intercambio cultural genera.
- **Institucional:** A nivel general, se trata de quintas de propiedad privada, generalmente propietarios portugueses y japoneses.
- **Ambiental:** En términos generales, a los fines turísticos el atributo paisajístico es el fuerte principal del entorno. No se presentan grandes dificultades para el disfrute por parte de los visitantes mientras se respeten los límites de capacidad de carga. Cabe aclarar, no obstante, la existencia de problemas tales como el efecto de los pesticidas en los trabajadores, alguno de ellos menores de edad, generalmente asociados a la comunidad boliviana y paraguaya.
- **Social:** Bolivianos, portugueses y japoneses comparten la misma área geográfica, configurando un territorio complejo donde las relaciones sociales se basan en la cultura de cada uno de estos grupos. De esta manera, resulta interesante comprender que para pensar en turismo en Colonia Urquiza primero es preciso compatibilizar esas diferencias y encontrar en ese camino una alternativa a las actividades que actualmente se desarrollan. Una vez que la comunidad local internalice los beneficios del turismo y del trabajo conjunto entre las diferentes colectividades se podrá confeccionar un producto turístico donde los recursos naturales y culturales sean los principales protagonistas.

En este sentido, Colonia Urquiza podría convertirse en una zona de excursionismo donde el visitante de la región de La Plata y alrededores podría ir a pasar el día y encontrar allí un turismo respetuoso por su entorno, caracterizado fundamentalmente por la innovación cultural y social. Es importante agregar que el gran desafío que se plantea en este escenario en términos de gestión es generar las condiciones materiales y simbólicas para que el turismo se dé de forma distribuida y equitativa, donde el factor multiplicador de la actividad se vea reflejado en pequeños propietarios y comerciantes y no circunscripto solo a unos pocos prestatarios.

Barrio Meridiano V

La Estación Provincial y Centro Cultural Meridiano V constituye un edificio histórico asociado al patrimonio ferroviario. Si bien no cuenta con una declaración patrimonial, se han sancionado y aprobado ordenanzas para su protección. Asimismo cuenta con la existencia de asociaciones que aglutinan a los actores del sector público, privado y comunidad barrial. El resultado de la ponderación indica un estado de producto incipientemente consolidado donde las cuatro variables ponderadas no reflejan grandes desequilibrios. En función de lo anterior y observando el caso en concreto se pueden identificar los siguientes rasgos de sostenibilidad:

- Institucional: Meridiano V cuenta con un espacio institucionalizado (Dirección Meridiano V), cuyo objetivo radica en la puesta en valor y utilización del espacio público. Asimismo lleva adelante la coordinación de actividades recreativas y culturales, constituyendo un potencial polo turístico para la ciudad. De igual manera la Dirección lleva adelante políticas de preservación y mantenimiento en conjunto con asociaciones barriales (constituidas por centros culturales, pequeños emprendedores, grupos artísticos, comunidad, entre otros).
- Social: en función de todos los actores identificados se puede vislumbrar una propuesta hacia la integración y participación vecinal, emprendedores, etc. También la existencia de distintas agrupaciones artísticas dan cuenta de la pertenencia y referencia histórica identitaria de la antigua estación.
- Económica: se puede observar una fuerte presencia de emprendedores asociados a la restauración como a la venta de artesanías. Durante los eventos programados otros emprendedores se suman a la propuesta estable del lugar.
- Ambiental: se percibe un ambiente armónico en cuanto a lo arquitectónico desde su estilo, no habiéndose hallado obstáculos visuales.

Si bien se contemplan criterios positivos de sostenibilidad se considera necesario reforzar algunos de los mismos, generando procesos y acciones sinérgicas que apunten a lograr una competitividad. Entre ellas se destaca la formulación de acciones mancomunadas y concretas de promoción y comercialización con el EMATUR, gestión del espacio durante grandes eventos (capacidad de carga, limpieza, organización del espacio recreativo y residencial), y desarrollo de ideas innovadoras y actividades asociadas con la identidad barrio para el desarrollo de experiencias para los visitantes.

Calle Nueva York

Según lo analizado en la matriz de ponderación y en el relevamiento territorial, se puede evidenciar que dicho recurso se encuentra en situación de Producto Turístico “Potencial”. Calle Nueva York constituye un sitio histórico de intensa memoria urbana, testimonio y símbolo de hechos que signaron la historia de la ciudad de Berisso y la región: la inmigración, los frigoríficos y el Puerto. Por su valor histórico, cultural, arquitectónico y ambiental, la calle Nueva York fue declarada en el año 2005 como “Lugar Histórico Nacional” (Decreto Presidencial N° 735), el máximo grado de protección que puede recibir un espacio patrimonial en Argentina en el marco de la legislación nacional.

- **Institucional:** Calle Nueva York cuenta con una asociación denominada “Asociación de Amigos de la Calle Nueva York”, la cual hoy en día se encuentra fragmentada. Su tarea principal junto con el municipio no es la preservación ni la promoción del lugar sino más bien la organización de un evento anual denominado “*La Nueva York está de Fiesta*”.
- **Social:** en la actualidad la Calle Nueva York no tiene un uso turístico, se ha convertido en un lugar donde abunda la inseguridad y a lo que era el sector residencial/multifamiliar portuario (inquilinos, casas de pensión, restaurantes, cafés, casas de juego clandestino, casas de “tolerancia” y numerosos comercios de todo tipo) se le da un uso como espacios de vivienda. En este sentido, la eficiencia, la eficacia, la efectividad como variables de la competitividad en la utilización de los recursos no es tenida en cuenta.
- **Económica:** Al ser un lugar valorado a nivel nacional por su riqueza histórica, arquitectónica y cultural, y poseer un desarrollo turístico incipiente, la adecuada planificación y utilización del recurso podría ser favorable en dos sentidos, por un lado a la conservación del espacio y por otro, al desarrollo turístico competitivo y sostenible.
- **Ambiental:** La zona en la que se encuentra el recurso, posee un gran debilitamiento tanto de recursos naturales como culturales. A partir del relevamiento realizado se pudo observar que las gestiones de conservación, mantenimiento, promoción, entre otras, se llevan a cabo en escasa medida o casi nula. Lo que se traduce en un incipiente nivel de desarrollo sostenible.

Fiesta del Inmigrante

La Fiesta del Inmigrante es un evento tradicional que se celebra cada año en el mes de septiembre desde 1976. El mismo fue considerado como un Producto Consolidado, identificándose las siguientes condiciones para su competitividad y sostenibilidad como atractivo turístico:

- **Económicos:** Las actividades económicas meramente asociadas a las colectividades, como la producción y venta de alimentos típicos, artesanías, entre otros, generan ingresos a las propias entidades permitiendo la sostenibilidad de las mismas. Por su parte, el gasto producido por los visitantes puede generar un derrame económico en toda la ciudad, haciendo uso de otros servicios asociados al turismo tales como restauración, alojamiento, entre otros.
- **Institucional:** la Fiesta cuenta con un marco institucional fortalecido ya que ha sido declarada tanto de Interés Municipal como “Capital Provincial del Inmigrante”. Asimismo, la organización se encuentra a cargo de la Asociación de Entidades Extranjeras.
- **Ambiental:** al desarrollarse el evento en espacios de uso público cedidos por el Municipio de Berisso, el Parque Cívico ubicado sobre la calle Montevideo, sufre deterioros por la asistencia masiva de público. A la vez que la acumulación de residuos durante los días en los que se desarrolla el evento, tanto de los puestos de las colectividades como de los visitantes, genera una contaminación del ambiente que altera el normal funcionamiento del orden público.
- **Social:** Las diversas colectividades configuran un esquema social. Si bien presentan características propias de los países que representan, han sabido transmitir sus tradiciones a través de la organización conjunta de la Fiesta del Inmigrante y continuarlo en el tiempo.

El uso social principal de este evento consta de festejos dentro de los que se realizan torneos deportivos, desembarco simbólico, funciones de teatro, conciertos, conferencias, exposiciones, espectáculos musicales y danzas así como degustaciones de comidas típicas preparadas por las distintas colectividades.

Isla Santiago

Isla Santiago se encuentra en un estadio de desarrollo incipiente que no permite hablar de competitividad turística ya que la zona aún precisa de infraestructura, equipamiento turístico e involucramiento de su comunidad, más allá de contener una

normativa que permite el desarrollo de actividades turística preservando al mismo tiempo el recurso natural. De este modo, se identificaron los siguientes rasgos que podrían posicionar al turismo como alternativa económica, social y natural.

- **Económica:** Dada la ausencia de equipamiento turístico, las escasas condiciones de acceso y transporte, así como la ausencia de actividades productivas y comerciales dentro de la Isla – ya sus habitantes no generan sus ingresos dentro de la misma-, hoy en día no se cuenta con la oferta suficiente para desarrollar el turismo como actividad económica. Sin embargo, la Isla tiene usos turísticos pero éstos no fueron desarrollados desde una gestión integral del espacio, contemplando las contribuciones económicas que la misma pudiese generar.
- **Institucional:** La Isla se encuentra categorizada como “Paisaje protegido provincial” desde el año 2001. Esta figura pretende preservar la integridad de su paisaje natural, geomorfológico, histórico y urbanístico, otorgando la decisión a los municipios de Berisso y Ensenada –dado que comparten jurisdiccionalmente el ambiente- para celebrar acuerdos coordinados de gestión. Dicha ley contempla el desarrollo de actividades ecoturísticas que contemplen la preservación de sus condiciones naturales.
- **Ambiental:** Tanto Isla Santiago como Isla Paulino (ambas pertenecientes al partido de Berisso), forman parte del delta que se abre en abanico hacia las aguas abiertas del Río de La Plata. Entérminos generales, desde el punto de vista turístico, su riqueza natural y el hecho de ser contempladas las actividades ecoturísticas, genera condiciones que podrían traducirse en un desarrollo sostenible del espacio.
- **Social:** Dadas sus propiedades naturales y su ubicación geográfica, la Isla resulta atractiva como destino local de miniturismo para kayakistas, ecoturistas, excursionistas, pescadores deportivos, acampantes y bañistas. Sin embargo, desde el punto de vista de la competitividad, también es importante destacar que Isla Santiago cuenta con un solo acceso al lugar y que no cuenta con equipamiento turístico, estas cuestiones no favorecen la competitividad de un destino turístico.

Barrio Campamento

Al considerar el recurso en relación a los conceptos de sostenibilidad y competitividad, se percibe que ambas condiciones se encuentran en un estadio de

debilidad. El resultado arrojado por la matriz de ponderación anteriormente presentada lo categoriza como un *recurso potencial*. Un análisis de lo estudiado en dicha matriz se aproxima a las causas de la fragilidad de las condiciones de este recurso.

La sostenibilidad constituye una condición primordial para la competitividad, bajo una vinculación muy estrecha. Es por ello que para que se generen condiciones de competitividad del recurso es necesario que pueda considerarse sostenible. En cuanto a la sostenibilidad, hay ciertos riesgos imperantes en relación a la zona portuaria y la actividad de las empresas que allí se emplazan. Todo ello, influye directamente sobre la calidad de los habitantes del lugar y como consecuencia en la actividad turística (real y potencial).

Las condiciones de sostenibilidad actuales de Barrio Campamento que se han identificado según las dimensiones del concepto que se toman en esta investigación se presentan a continuación:

- **Ambiental:** Barrio Campamento presenta una importante problemática ambiental asociada a la contaminación a causa de la actividad industrial y portuaria. En suma, aparece la acumulación de residuos domésticos. Todo ello afecta a las condiciones naturales del sitio, genera contaminación visual y afecta a las condiciones de vida de la propia comunidad local. A la contaminación visual se agregan las obras en construcción de la zona del puerto y las frágiles condiciones de preservación del sitio en general. Como aspecto positivo se rescata la armonía de la arquitectura típica del lugar, acompañada de la restauración de ciertos espacios recuperados.
- **Social:** En adición a la problemática ambiental antes mencionada, se observa como agravante la ausencia de conciencia ambiental en la comunidad. Al no existir herramientas claras de participación que fortalezcan el entramado social, aparece como consecuencia una desvalorización del territorio, asociada además al deterioro de las condiciones ambientales. Todo ello a su vez implica la exigua valorización de los recursos históricos y culturales, el deterioro y destrucción de sitios patrimoniales y como consecuencia última: indicios de pérdida de identidad.
- **Económica:** La planta turística para este recurso es escasa y casi inexistente. Los circuitos turísticos se presentan desactualizados o incluyen recursos que ya no existen; y la promoción del sitio es nula. Con todo, es claro que no existe una importante actividad económica ligada al turismo. Por otra

parte, tampoco se ha observado la actividad de pequeños emprendedores PYMES o microemprendimientos turísticos o afines. Las principales actividades económicas del lugar, están ligadas al puerto y al polo industrial.

- **Institucional:** Se observa cierta desarticulación institucional en el ámbito turístico. No existe un ente representativo para este recurso, sino que su gestión depende de la Dirección de Turismo del Partido de Ensenada, a cuyas acciones corresponde un bajo impacto en Barrio Campamento. Asimismo, la información turística publicada e inclusive la legislación turística se encuentran desactualizadas. Todo ello, acompañado por algunas situaciones de incumplimiento de reglamentaciones existentes, ausencia de incentivos a la inversión privada y desconocimiento del turismo como herramienta para la participación de la comunidad en el desarrollo local y crecimiento económico. La excepción a esta situación está dada por algunas acciones de gestión de los recursos y recuperación de los espacios, que se presentan como indicios de que sería posible la conservación del recurso. Tal es el caso de ciertos acuerdos existentes entre el Municipio y algunas de las empresas privadas que allí se emplazan, que derivan en proyectos sociales y acciones de impacto positivo en el recurso.

Indudablemente, fortalecer y consolidar Barrio Campamento como recurso turístico implicará grandes esfuerzos de gestión. La situación actual presenta numerosos aspectos a mejorar. Probablemente, las acciones requeridas excedan al ámbito turístico, dadas las condiciones de vida de la población local. El mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad de Barrio campamento es de orden prioritario. Luego, será conveniente accionar en pos de la recuperación y conservación del patrimonio; diseño, construcción y puesta en funcionamiento de infraestructura. De modo que sea posible, entonces, pensar desde la perspectiva turística en condiciones de competitividad.

5.2. Hacia el diseño de experiencias

A raíz de lo señalado en el marco conceptual acerca de las experiencias, se analizará la estructura de los productos turísticos actuales de la región conformada por los municipios de La Plata, Berisso y Ensenada, para comprender qué hace falta mejorar para finalmente ofrecer experiencias memorables.

En ese recorrido por hacer tangible lo que se ofrece, debe mejorarse el uso e implementación de herramientas online que permiten a este destino establecer un diálogo real con los visitantes en todas las etapas del viaje. Esto involucra el antes, el durante y el después del viaje, en lo que es el proceso de búsqueda de la información, tomar la decisión de ir al destino, evaluar las alternativas con que se cuenta una vez en el sitio y luego compartir la información con potenciales clientes.

Es preciso comprender que el proceso de búsqueda de información forma parte de la experiencia integral de los visitantes y, en este caso, las webs de los organismos oficiales de turismo no disponen un diseño amigable ni la información necesaria que debieran tener. Por ese motivo es necesario mejorar el diseño, gestión y actualización de las plataformas online (tanto para dispositivos tradicionales como para móviles).

La Región carece hoy en día de experiencias turísticas para distintos perfiles de la demanda y se opta por ofrecer a los visitantes una serie de productos turísticos tradicionales (naturales o culturales) que se basan en la contemplación y no tanto en la participación activa por parte de los turistas. Allí se genera una brecha entre lo que actualmente se hace desde la oferta (en función de la falta de planificación) y lo que verdaderamente se debería realizar.

De esta forma, los municipios de La Plata, Berisso y Ensenada precisan planificar sus experiencias turísticas no sólo basándose en los recursos con los que cuentan, sino comprendiendo las características particulares de quienes los visitan actualmente o podrían hacerlo en un futuro. Ese proceso requiere de una combinación de elementos tangibles e intangibles diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas.

Analizando detenidamente lo que actualmente se plantea desde la región conformado por La Plata, Berisso y Ensenada, se aprecia que los mensajes de la oferta suelen ser genéricos, normalmente centrados en la idea de contacto con la naturaleza y el descubrimiento de representaciones culturales así como actividades en la ciudad. Algunos datos respecto a este hecho se observan en el análisis de encuestas efectuadas, donde el 60% gusta de practicar actividades al aire libre y naturaleza, el 45% actividades en la ciudad y un 28% fiestas populares. Asimismo los primeros cinco sitios de interés que mayormente se visitan en la región capital son la Catedral de La Plata, el Zoológico, Pasaje Dardo Rocha, Museo de Ciencias Naturales y República de los Niños. Esto nos permite inferir que la actividad turística en la Región

Capital de la provincia carece de significación particular y se prioriza el ofrecimiento de productos más bien genéricos por sobre aquellos que puedan satisfacer a un nicho de mercado en particular.

Sin embargo, se debe desarrollar un único y claro posicionamiento de marca, basado en la experiencia del turista en el destino más que en los atributos físicos del mismo, captando la atención del turista hacia un destino que es percibido como deseado e irresistible (Blain et al., 2005). Si no se ofrece un producto genérico, es menos probable que el visitante sustituya nuestro destino por otro, ya que lo asociará a una experiencia memorable que está únicamente asociada a ese destino. Esto exige un doble desafío: desde la perspectiva de la gestión del destino, y desde la del turista, en cuanto al entendimiento de sus características particulares y el compromiso que tenga en su visita.

En conclusión, el desarrollo y creación de experiencias turísticas constituye un punto clave para el logro de un posicionamiento competitivo en el mercado y del desarrollo sostenible para el destino turístico en su conjunto. La diversificación de la oferta turística a través de la construcción de experiencias únicas y memorables precisa de la participación activa de los visitantes y de cada uno de los actores involucrados en cada una de las etapas de la práctica turística.

Respecto al caso del estudio, los tres partidos que integran el área de estudio, actualmente no cuentan con experiencias que cumplan con todos los requisitos anteriormente mencionados, con el objetivo de generar experiencias memorables en los visitantes. Este hecho se debe a varios motivos: falta de políticas turísticas claras, ausencia de trabajo conjunto entre sector público y privado, poca información respecto a las características particulares de la demanda. Consecuentemente, se torna difícil poder tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos concretos, las cuales permitirían el desarrollo de experiencias turísticas memorables para los visitantes.

Ante este escenario es interesante destacar el potencial de la región de La Plata, Berisso y Ensenada, ya que cuenta con atractivos que puestos en valor y con una política de desarrollo conjunta entre los diferentes actores intervinientes, en la cual se ponga el foco en la impronta cultural del destino y en las características y necesidades de la demanda, se podría incrementar el valor de la experiencia para los visitantes y así generar nuevas y mejores oportunidades para actividad turística.

6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

AHO, S.K. (2001): "Towards a general theory of touristic experiences: Modeling experience process in tourism", *Tourism Review*, vol. 56, n° 3/4, pp. 33-37.

AMIROU, R. (2000): *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris, PUF.

BAUMANN, Z. (1999): Turistas y vagabundos. *La globalización: consecuencias humanas*, Buenos Aires: FCE, pp 103-133.

BINKHORST, E. (2008): "Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos," *Journal of Tourism Research*, Vol. 1, pp 40-51.

BLAIN, C.; LEVY, S.E. Y RITCHIE, B. (2005): "Destination branding: insights and practices from destination management organizations", *Journal of Travel Research*, vol. 43, no 4, pp. 328-338.

BLIROCCO, C. M. (2009): "Los indígenas de Buenos Aires a comienzos del siglo XVIII: los reales pueblos de indios y la declinación de la encomienda". *Revista de Indias*, 2009, vol. LXIX, núm. 247. Págs. 83-104.

BOULLÓN, R. (1997): *Planificación del Espacio Turístico*, México, Trillas.

BUSTOS CARA, R. (2001): "Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores locales"; *Aportes y transferencias*, Vol. 5, Año 1, Universidad Nacional de Mar del Plata, pp 11-28.

BUSTOS CARA, R. (2004): "Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local", *Aportes y Transferencias*, Vol. 2, Año 8, Universidad Nacional de Mar del Plata, pp. 11-24.

CAMMARATA, E. (2006): "El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio", *En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo*, CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo, pp 351-366.

CAFIERO, I. y CERONO E. (2013): "Algunas voces, mucha tradición. Pasado y presente de la Comunidad japonesa de Colonia Justo José de Urquiza". La Plata, Primera edición. Ediciones Al Margen.

CARVALHO, K. D. y GUZMÁN, S. J. M. (2011): "El turismo en la dinámica territorial ¿Lógica global, desarrollo local?", *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 20, N° 2, pp 441-461.

CAVALLOTTO, J.L. (1995). "*Evolución geomorfológica de la llanura costera ubicada en el margen sur del Río de la Plata*". Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Naturales y Museo. Universidad Nacional de La Plata.

CONTI, A (1995): "El patrimonio ferroviario en el área portuaria de Ensenada". *Anales LINTA* 1995, La Plata.

CONTI, A., y CRAVERO IGARZA, S. (2010): "Patrimonio, comunidad local y turismo: la necesidad de planificación para el desarrollo sostenible", *Revista Turismo y Economía*, Ediciones UNLP, Vol. 1, N°1, pp 8-31.

CHÍAS, J. (2005): *El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, lugares y ciudades*, Prentice Hall-Pearson Educacin, Madrid.

CHOAY, F. (1992): *L'allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil.

DEPARTAMENTO DE TURISMO, FCE – UNLP (2014): *Diagnóstico Estratégico del sector turismo en la ciudad de La Plata*, Facultad de Ciencias Económicas UNLP.

FUENTES, R. C., MORENO-GIL, S., GONZÁLEZ, C. L., & RITCHIE, J. B. (2015): "La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación", *Cuadernos de Turismo*, Vol.35, 71 -94.

GARCÍA CANCLINI, N. (1995): *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.

GARCÍA CANCLINI, N. (2005): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Paidós.

GONZÁLEZ CRUZ, F. (2004): "Lugarización, globalización y gestión local", *Polis, Revista Latinoamericana*, Vol. 7, pp 11-30.

GONZÁLEZ, R. C., & OTERO, A. M. (2013): "La generación de experiencias significativas como clave de producción de valor patrimonial", *V Congreso Internacional de Patrimonio Cultural, Subtema: Turismo y Patrimonio CEPLADES-TURISMO*. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, pp 1-13.

HOLBROOK, M.B. y HIRSCHMAN, E.C. (1982): "The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun", *Journal of Consumer Research*, vol. 9, nº 2, pp. 132-140.

HURTADO, M. et al. (2006). *Análisis ambiental del partido de La Plata. Aportes al ordenamiento territorial*. Buenos Aires, Consejo Federal de Inversiones.

ICOMOS (1964): Carta Internacional para la conservación y la restauración de los monumentos y los sitios (Carta de Venecia), *II Congreso Internacional de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos*, Venecia, pp 1-4.

ICOMOS (1999): Carta Internacional del Turismo Cultural, *La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo*, México, pp 1-6.

ICOMOS (2008): Carta de Itinerarios Culturales, Quebec, pp 1-6.

LAURÍA, D. A. et al. (2010). *Caracterización productiva regional La Plata, Berisso, Ensenada*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas, Maestría en Dirección de Empresas. La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

MARTÍNEZ, A. D. J. J. (2010): *Cadenas hoteleras: estrategias y territorio en el Caribe Mexicano*, Universidad del Caribe, Editorial Miguel Ángel Porrúa.

MICHELLOD, O. E. (2001). *La identidad del paisaje urbano a través de la memoria. Berisso, Argentina*. En *Paisaje. Reflexiones*. La Plata, Ediciones Al Margen, Colección Universitaria. Páginas 247-285.

MIGUEZ, H. (s/f): *El Camino del Sur Buenos Aires - Magdalena. Último tramo del Camino Real*. En The CIIC Scientific Magazine. Disponible en [http:// www.icomos-ccic-
org/INDEX_esp.htm](http://www.icomos-ccic.org/INDEX_esp.htm)

MONTES ELIZONDO, R. (2012): "Diversificación de la oferta turística", *Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo*, pp 87-92.

O'DELL, T. y BILLING, P. (2005): *Experiencescapes: tourism, culture, and economy*, Copenhagen Business School Press: Copenhagen, Denmark.

PINE, B. J., & GILMORE, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*, Harvard Business Press.

PRATS, L. (1997): *Antropología y patrimonio*, Barcelona, Ariel.

ROSSI, E.; GOMEZ, S.; MALLO J. y RAMPOLLO, P. (2014): Revalorización del patrimonio y participación comunitaria en zonas periurbanas de la Ciudad de La Plata. La Plata, IV Jornadas de Turismo y Desarrollo, Facultad de Ciencias Económicas. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43608>.

SOSA VELÁSQUEZ, M. (2012). *¿Cómo entender el territorio?* Guatemala, Editorial Cara Parens.

TRONCOSO C. Y A. ALMIRÓN (2005): "Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones", *Aportes y Transferencias*, Vol. 1, Año 9, pp.57-74.

UNESCO, WORLD HERITAGE COMMITTEE (2012): Operational Guidelines for the implementation of the World Heritage Convention, pp 1-220

Fuentes

- **Electrónicas:**

Provincia de Buenos Aires, Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDA), Paisajes protegidos de la Provincia de Buenos Aires. En <http://www.opds.gba.gov.ar/RNSite/index.php/paginas/ver/registro> Visitado el 14 de junio de 2014.

"Municipalidad de Berisso", Extraída el 02/05/2013 desde: <http://www2.berisso.gba.gov.ar/>

"Municipalidad de Ensenada", Extraída el 02/05/2013 desde: <http://www.ensenada.gov.ar/>

"Municipalidad de La Plata", Extraída el 02/05/2013 desde: <http://www.laplata.gov.ar/>

"Organización Mundial del Turismo (OMT)", Extraída el 2/05/2013 desde: <http://www2.unwto.org/es>

- **Entrevistas:**

GRIGIONI Romina (2013): 10 de septiembre de 2013, Comunicación personal, en carácter de Vicepresidente del EMATUR, La Plata.

MORADA José (2013): 6 de septiembre de 2013, Comunicación personal, en carácter de Director de Turismo de la Municipalidad de Ensenada.