

Bertoncello, Rodolfo. **Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina'**. *En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006.*

ISBN 978-987-1183-64-7

Disponible en la World Wide Web: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/18berton.pdf>

www.clacso.org

RED DE BIBLIOTECAS VIRTUALES DE CIENCIAS SOCIALES DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE, DE LA RED DE CENTROS MIEMBROS DE CLACSO

<http://www.clacso.org.ar/biblioteca>

biblioteca@clacso.edu.ar

RODOLFO BERTONCELLO*

TURISMO, TERRITORIO Y SOCIEDAD. EL “MAPA TURÍSTICO DE LA ARGENTINA”

INTRODUCCIÓN

Argentina vive un notable auge turístico en la actualidad, observable tanto en el incremento de las llegadas de turistas internacionales como en la multiplicación de lugares de destino y de productos turísticos. Esta situación ha llevado a un creciente interés por el estudio del turismo, revirtiendo la situación contraria que había predominado en el país hasta hace poco tiempo (Bertoncello, 2005). Este interés se refleja también en la geografía, entre otras razones por la evidencia de los profundos cambios que se reconocen en el mapa turístico argentino en las últimas décadas.

Los estudios geográficos sobre el turismo han estado fuertemente amarrados a una matriz interpretativa tradicional, que ha centrado su atención en la descripción de la distribución espacial de lugares de origen, destino y flujos turísticos. En el caso específico de los lugares de destino turístico, estas perspectivas tradicionales han abordado la descripción de sus rasgos o atributos distintivos, tomando como guía los estudios de tipo regional. Como consecuencia de esto, la condición de destino turístico de determinados lugares ha sido vista, fundamen-

* Investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y profesor de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

talmente, como resultante de la existencia, en esos lugares, de rasgos o atributos característicos –usualmente denominados atractivos turísticos– cuya presencia incentiva el interés de los turistas y, por lo tanto, su visita (Lozato-Giotart, 1987; Barrado y Calabuig, 2001).

Otras perspectivas, sin desconocer la importancia que las especificidades de los lugares tienen en el turismo, proponen considerar su análisis a la luz de los procesos sociales más generales en los cuales cobran sentido tanto la práctica turística como los atractivos turísticos que la sustentan¹. Desde esta perspectiva, interesa el análisis de los procesos específicos que conducen a la valorización turística de determinados lugares merced a la transformación de sus rasgos específicos en atractivos turísticos, llevada a cabo por actores sociales concretos e intencionados que intervienen en estos procesos, ya sea actuando desde el lugar en cuestión o desde otros lugares. Al mismo tiempo, los resultados de este análisis geográfico del turismo pueden aportar a la comprensión de las relaciones entre sociedad y territorio en un sentido más amplio.

Este trabajo se propone analizar las características del mapa turístico de Argentina poniendo énfasis en el análisis de los lugares de destino turístico², para describir sus rasgos fundamentales y sus transformaciones a lo largo del tiempo. Interesa reconocer cuáles son los atributos específicos de los lugares que, convertidos en atractivos turísticos, definen su condición de destinos turísticos, y cómo esto se relaciona con las modalidades que el turismo adopta en cada momento, en vinculación con las tendencias y transformaciones sociales generales.

El tratamiento del tema se organiza bajo dos títulos principales. El primero aborda lo que denominamos “turismo tradicional” y corresponde a una forma de organización del territorio turístico que se consolida hasta la década de 1970. El segundo se aboca a la consideración de las transformaciones que dicha organización atraviesa en las dos últimas décadas; lo denominamos “el nuevo mapa turístico”. Esta distinción responde a los objetivos del texto y no debería ser interpretada como un quiebre en un proceso de transformación que, en gran medida, puede caracterizarse por la constancia de permanentes cambios y continuidades a lo largo del tiempo.

1 Una discusión de esta cuestión puede verse en Bertoncetto y Zusman (2003).

2 Si bien no se desconoce que el estudio del territorio turístico podría considerar también los lugares de origen y las características de los flujos, ellos no serán objeto de tratamiento en este texto, en el que la expresión “mapa turístico” refiere exclusivamente al conjunto de lugares de destino turístico del territorio nacional. Sólo conviene decir que, dada la distribución territorial de la población y la riqueza en la Argentina, el grueso de los flujos turísticos internos tienen su origen en el Área Metropolitana de Buenos Aires, al tiempo que esta ciudad sigue siendo la principal puerta de entrada del turismo internacional.

EL “MAPA TURÍSTICO TRADICIONAL” DE LA ARGENTINA

En el contexto de la redemocratización del país, en 1984, el organismo sectorial nacional da a conocer las Bases para un plan federal de turismo (Argentina, 1984) cuya descripción del sistema turístico nacional puede tomarse como punto de partida para este análisis. Recurriendo a un esquema de división regional tradicional del territorio del país, el plan enumera en cada una de las regiones un amplio conjunto de destinos turísticos, describiendo sus características. Más allá de las aspiraciones de asegurar el equilibrio y la representación de todo el país que puede intuirse por detrás de esta presentación (comprensible y esperable en un plan federal), la lectura del texto permite ver que, en verdad, existe un número limitado de lugares de destino turístico de importancia, ya sea por su consolidación histórica, su presencia en las representaciones turísticas o por el volumen de turistas que reciben. En la región noroeste se destacan la Quebrada de Humahuaca y las ciudades de Salta y Tucumán; en el Nordeste, las Cataratas del Iguazú; en Cuyo, la ciudad de Mendoza y los faldeos montañosos próximos a ella. En la región centro, dominan las sierras de Córdoba, y en la región pampeana, Mar del Plata, los restantes balnearios de la costa atlántica bonaerense y también la ciudad de Buenos Aires. Por último, en la región Patagónica se encuentran los parques nacionales del área andina, destacándose el Parque Nacional Nahuel Huapi y la ciudad de Bariloche vinculada a éste.

Esta presentación, que por supuesto no es exhaustiva pero sin dudas es representativa de los principales destinos turísticos del país en ese momento, resulta de interés porque, por una parte, es el resultado de un largo y heterogéneo proceso de valorización turística del territorio nacional. Por otra parte, porque este sistema turístico será objeto de importantes transformaciones entre esa fecha y la actualidad.

LOS ALBORES DEL TURISMO EN ARGENTINA: ELITES Y CONSOLIDACIÓN NACIONAL

Diversos trabajos (Schlüter, 2001 y Ospital, 2005) han indagado sobre el turismo en Argentina, señalando que el mismo comienza a desarrollarse en las últimas décadas del siglo XIX, en correlación con el proceso de organización nacional y la consolidación del modelo económico agro exportador. Se trata de un turismo que puede adscribirse al denominado turismo de elite, en tanto practicado sólo por los sectores sociales más acomodados de la población, quienes emulando comportamientos sociales de grupos europeos con los que se identifican, comienzan a viajar con fines turísticos hacia algunos lugares del país. El turismo tiene para estos grupos una clara función social, en la medida en que se trata de una práctica compartida que define y refuerza el grupo de pertenencia.

cia y establece claras distinciones respecto de los otros; en gran medida, es una práctica social complementaria a otras que, con roles similares, conforman los hábitos de recreación de estos grupos en la ciudad de Buenos Aires. Forma parte, en definitiva, de los hábitos y costumbres que se definen como “civilizados” y que establecen claras distinciones sociales³ respecto de quienes no los practican, algo fundamental en un grupo que está definiendo su propio lugar social, en el contexto de una sociedad atravesada por la inmigración masiva y tensada por los procesos de integración nacional.

¿Qué lugares pueden ser valorizados como destinos turísticos en este contexto? En primer término, aquellos que cuenten con características naturales que habilitan esta práctica social: lugares de playa, de montaña, con paisajes pintorescos, similares a los que muestran los destinos turísticos europeos. Sin embargo, estos atributos son valorizados fundamentalmente como entorno o paisaje, como “contexto” de la práctica turística, y no como sustento de prácticas específicas; ejemplo de esto es lo que sucede en Mar del Plata, donde la playa es fundamentalmente el ámbito de reunión, o el paisaje visible desde la rambla y los ventanales de los grandes hoteles, estos sí auténticos lugares de reunión (atractivos turísticos?), teniendo el baño de mar una función muy secundaria (Villar y Bilbao, 2000). En segundo término, estos lugares deben ser accesibles, y el ferrocarril que se está extendiendo en el territorio nacional tiene un rol fundamental en la definición de estos lugares, no sólo porque permite el traslado de los turistas, sino por el papel que las empresas ferroviarias juegan en la prestación de servicios turísticos. En tercer lugar, aquellos que puedan ofrecer el equipamiento indispensable, fundamentalmente de alojamiento; el *grand hotel* será el tipo de alojamiento paradigmático de este tipo de turismo, pues en tanto “avanzada de la civilización y la modernidad en medio de la nada” (retomando las imágenes que asociaban el desierto con la barbarie), permiten que ella se lleve a cabo. En síntesis, serán unos pocos lugares, y aunque vayan aumentando a lo largo del tiempo, serán siempre destinos específicos y puntuales: el turista se dirige a ellos desde su lugar de origen, permanece en ellos un período acotado de tiempo, y regresa a su lugar de origen.

¿Cuáles han sido estos lugares? Sin dudas, Mar del Plata es el destino turístico paradigmático de este período y modalidad turística. Antiguo asentamiento poblacional vinculado a la ganadería y el comercio, y oficializado como pueblo recién en la década de 1870, con la llegada del ferrocarril en 1886 y la inauguración del Hotel Bristol en

3 Una discusión instigadora sobre el turismo como práctica de distinción y su papel en la consolidación de Mar del Plata, puede verse en Cabrera (2003).

1888 (Barili, 1991), la “perla del Atlántico” se convertiría en el destino turístico obligado de una elite social que se consolida como tal a través de esta práctica. Son también las localidades serranas de Córdoba, en torno a cuyos grandes hoteles (como el Edén Hotel de La Falda o el Hotel Sierras de Alta Gracia) se iría consolidando un turismo vinculado, asimismo, con la salubridad del aire serrano. Son también los centros termales, con sus grandes hoteles organizados en torno a las salas de baño y las funciones curativas, tales como el Gran Hotel Termas de Rosario de la Frontera (provincia de Salta-1896) o el de Termas de Reyes (provincia de Jujuy, inaugurado en torno a 1900) (Schlüter, 2001).

Si los últimos años del siglo XIX fueron los de expansión de esta modalidad turística, las primeras dos décadas del siglo XX serían su período de esplendor, tras el cual comenzaría un largo y heterogéneo proceso de “decadencia” y transformación, a partir de la llegada de nuevos turistas, y la consiguiente transformación de la práctica y los lugares turísticos.

Por último, y aunque se consoliden un poco más tarde, debe hacerse referencia también a los primeros Parques Nacionales de Argentina: el Nahuel Huapi y el Iguazú. Especialmente el primero contó con afluencia turística ya en años anteriores a su creación en 1934, lo que fue transformando al antiguo poblado de San Carlos de Bariloche (vinculado al transporte a través del lago Nahuel Huapi y el comercio con Chile) en un incipiente destino turístico ya en este período, reservado entonces a un público exclusivo.

LA MASIFICACIÓN DEL TURISMO EN ARGENTINA: EL DERECHO AL DESCANSO

El panorama turístico descrito anteriormente fue transformándose lenta y paulatinamente ya desde las primeras décadas del siglo XX, en consonancia con los cambios sociales generales del país. Ellos conducirán a la consolidación, hacia mediados de siglo, de prácticas turísticas que pueden ser adscriptas al denominado turismo masivo, no sólo por el aumento del volumen de turistas sino, y fundamentalmente, por la vinculación del turismo con el mundo del trabajo y su reconocimiento como un derecho asociado al mismo.

En efecto, en Argentina el mundo del trabajo presentó una paulatina consolidación de derechos laborales tales como la limitación del tiempo de trabajo diario y semanal, los días de descanso y, finalmente, el descanso anual pago: las vacaciones (Cabrerá, 2003). Se trata de un proceso cuyo análisis excede a este trabajo, que por cierto fue conflictivo y estuvo muy vinculado con los avatares políticos y económicos del país, pero que fue consolidándose en intensidad y en cantidad de trabajadores que pudieron acceder a ellos. El

derecho al descanso se va asociando cada vez más con el turismo, en la medida en que éste es visto como una instancia de recuperación física y psíquica necesarias para el mundo laboral. Paulatinamente, el turismo se instala como una necesidad y, también, como un derecho (Bertoncello, 2002).

El período de gobierno peronista, en torno a la mitad del siglo XX, se constituye como un momento paradigmático de este proceso, cuyo reconocimiento no debe, sin embargo, llevar a desconocer que muchos de los cambios y las “conquistas sociales” de ese momento tenían raíces en procesos anteriores. La política social de redistribución y beneficio de los trabajadores tuvo un componente importante en el turismo, por una parte, a través de la oferta de turismo social administrada directamente por el gobierno y, en particular, por la Fundación Eva Perón. Por otra, a través de la consolidación de las estructuras sindicales que, entre otros beneficios para sus afiliados, comenzarían a ofrecer servicios turísticos, en muchos casos en sus propios establecimientos (Cabrera, 2003 y Scarzanella, 1998).

La crisis del modelo agro exportador, y la paulatina consolidación de un modelo económico vinculado con la industrialización y el mercado interno, fueron expandiendo la base de trabajadores urbanos; esto, junto con la ampliación de los derechos laborales y el creciente acceso al consumo (parte consustancial de la política económica) permitió que sectores cada vez más amplios de la sociedad pudieran acceder a la práctica turística. En otras palabras, el turismo se fue convirtiendo en un componente cada vez más importante de una sociedad que estaba consolidándose como una sociedad de consumo; al igual que sucede con otros bienes y servicios, su demanda es incentivada por los agentes económicos involucrados en la actividad, a través del establecimiento de las habituales relaciones entre consumo, estatus y distinción social.

Gran importancia tuvo también la difusión del transporte automotor, que desplazó al ferrocarril de su primacía absoluta para el transporte de pasajeros. Por una parte, el automóvil dio una mayor flexibilidad a los desplazamientos, permitiendo tanto el viaje hacia lugares no servidos por el ferrocarril, como el desplazamiento más aleatorio y por etapas; la paulatina consolidación de la red de caminos fue condición necesaria para esto. Por otra, los intereses económicos vinculados al transporte automotor incentivaron los viajes, promoviendo la visita de lugares cuyos rasgos peculiares son convenientemente utilizados por la publicidad. También las instituciones vinculadas con el automovilismo, como el Touring Club y el Automóvil Club Argentino, tuvieron una importancia creciente en la incentivación de los viajes, brindando información y servicios indispensables para los viajeros (Ballent, s/f).

Estos cambios sociales conllevaron a la transformación de la práctica y, también, del mapa turístico del país: los tradicionales destinos turísticos se modificaron profundamente, y muchos otros fueron sumándose y consolidándose. El mapa turístico descrito por el Plan federal de turismo de 1984 expresa los resultados de este proceso; para comprenderlo mejor, conviene observar los principales destinos turísticos.

En consonancia con los nuevos tiempos en el país, y tal como sucede también en otros países, la masificación de la práctica turística asociada con el acceso creciente de trabajadores a la misma, tuvo como destinos privilegiados a los de “sol y playa”. En Argentina, Mar del Plata atravesó una paulatina transformación de su condición de balneario de elite, hasta convertirse, ya a mediados de la década de 1950, en el modelo nacional de turismo masivo de sol y playa. Diversas investigaciones (Pastoriza, 2002 y 2003) han dado cuenta del crecimiento del número de turistas que se produjo en forma permanente y cada vez más acelerada desde las primeras décadas del siglo XX; asimismo, han mostrado que estos flujos estuvieron compuestos por contingentes poblacionales en los que los sectores medios fueron teniendo una creciente presencia. Contradiendo lo que durante mucho tiempo se sostuvo, hoy se sabe que este balneario fue perdiendo su carácter elitista y recibiendo turistas de extracciones sociales más amplias desde mucho antes del arribo del peronismo al poder, aunque sin dudas fue con las políticas sociales del peronismo (entre mediados de las décadas de 1940 y 1950) que una parte de los sectores obreros y de la clase media baja accedieron en forma masiva al turismo.

Los objetivos de descanso y recuperación física que se asignan al turismo se relacionan con el denominado turismo vacacional, de realización anual y estadía relativamente prolongada; las condiciones naturales suman una marcada estacionalidad, convirtiendo a la “quinena de veraneo” en la modalidad dominante. Permanencia prolongada y menores recursos económicos se asociaron en la consolidación de un tipo de alojamiento que, con el tiempo, será dominante: la segunda residencia, que en el caso de Mar del Plata es en gran medida el departamento en propiedad horizontal, adquirido en propiedad o alquilado para el veraneo⁴. A este tipo de alojamiento turístico se suma una heterogénea oferta hotelera, en general más económica y con servicios acotados. Ambas consolidan la decadencia de los grandes hoteles, cuyo destino es el cierre y la demolición (y su reemplazo por

4 La construcción y adquisición por parte de las familias de viviendas de propiedad horizontal se incentiva fuertemente en todo el país, merced a la promulgación de la ley que habilita la propiedad de unidades de vivienda en edificios colectivos (ley de propiedad horizontal), en la segunda mitad de la década de 1940 (véase Ballent, 2005).

edificios de propiedad horizontal para el turismo), o su traspaso a las grandes organizaciones sindicales, que a través de estas compras incrementan su capacidad de brindar servicios turísticos a sus afiliados y se apropian del prestigio social de estos equipamientos, reforzando las consignas políticas que hablaban de la “conquista” por los trabajadores, de la perla del Atlántico otrora reservada a la oligarquía.

La temprana pavimentación del camino entre Buenos Aires y Mar del Plata (ruta nacional N° 2) rompe el monopolio del transporte ferroviario e incrementa la accesibilidad. El transporte automotor también tuvo incidencia en la reorganización de la ciudad permitiendo una mayor distancia entre la playa y la residencia turística.

La ciudad turística se transforma profundamente en este período, al tiempo que toda la ciudad crece y diversifica su base económica. La vieja rambla del balneario elitista es reemplazada por un conjunto arquitectónico monumental en el que dos grandes edificios encierran una plaza central que articula el centro de la ciudad con el acceso oficial a la playa (flanqueado por dos grandes lobos marinos en piedra, infaltables en las fotografías del veraneo familiar de los argentinos); en un estilo arquitectónico típico de la época, este conjunto se convertirá en la imagen paradigmática de “la ciudad feliz” abierta a todos los argentinos. Los grupos sociales más acomodados van abandonando esta área central y desarrollando la zona sur, con núcleo en Playa Grande y el barrio Los Troncos, mientras el centro ve demolidos sus grandes hoteles y residencias familiares, que son reemplazados, como ya se ha indicado, por edificios de propiedad horizontal para residencia turística, al tiempo que asiste al crecimiento de toda clase de servicios para los turistas (Barili, 1991).

Pero la expansión del veraneo provocó también el surgimiento y notable crecimiento de un conjunto de balnearios a lo largo de las playas marítimas de la provincia de Buenos Aires, ubicados mayoritariamente al norte de Mar del Plata, que junto con ésta acabarán recibiendo a la mayor proporción del turismo nacional (Bertoncello, 1993). Estos pueden ser agrupados bajo el rótulo de balnearios bonaerenses. En efecto, entre las décadas de 1930 y 1940 se fundan una serie de balnearios que, si bien son heterogéneos en términos del grupo social al que se orientan (Pinamar y Villa Gesell predominantemente a sectores sociales acomodados; San Clemente, Santa Teresita o Mar de Ajó a sectores de clase media baja), o del tipo de implantación territorial (con un mejor aprovechamiento de las condiciones naturales en los primeros), comparten el hecho de haber estado orientados a contener la expansión del turismo de veraneo en el país, el basarse en alojamiento en segundas residencias, y en haberse propuesto como alternativas más “libres y naturales” que Mar del Plata. Comparten también la marcada

estacionalidad del turismo: repletos de visitantes durante los tres meses de verano, están vacíos el resto del año.

La fundación de estos balnearios estuvo muy vinculada con los negocios inmobiliarios, pues se organizaron en torno a la transformación de tierras rurales (de muy escaso valor agropecuario) en suelo urbano con fines turísticos; su núcleo fue la venta de lotes individuales, en los cuales los compradores construirían predominantemente residencias estivales para uso propio o para su incorporación al mercado de alquileres turísticos⁵. No puede dejar de señalarse que esto fue posible merced a la existencia de un amplio número de potenciales compradores, que adquirieron estos lotes y construyeron sus viviendas gracias a una capacidad adquisitiva real, derivada en gran medida de las políticas de redistribución social del período. La venta era tomada como una inversión (en un país donde la propiedad inmobiliaria fue siempre un reaseguro frente a la inestabilidad económica), y en parte también porque el veraneo se había convertido ya en una práctica vista como una necesidad y como un derecho conquistado, si no por todos, sí por una proporción muy considerable de la población (lo que, al menos, aseguraba que esta inversión tuviera un uso efectivo).

Este conjunto de balnearios estuvo en relación directa con la expansión del transporte automotor, ya que no contaron con servicios de transporte ferroviario.⁶ Más aún, en su surgimiento y consolidación, las instituciones vinculadas con el automovilismo tuvieron una gran importancia, como es el caso del Automóvil Club Argentino. Algunos de los lugares donde se fundaron estos balnearios habían sido los elegidos por los *rallys* deportivos que esta institución organizó en la década de 1930, al tiempo que prácticamente todos ellos contaron con grandes campings y brindaron servicios esenciales en los tiempos “pioneros” de estos destinos turísticos (Piglia, 2005).

Los balnearios bonaerenses también estuvieron relacionados con los cambios en los gustos y las prácticas vinculadas con el tiempo libre. La búsqueda de un mayor contacto con la naturaleza y de contextos más tranquilos y “relajados”, se asoció al objetivo de descanso y restauración física típico de este tipo de turismo. Con esto se relacionan también medidas tales como la preservación del relieve de médanos y la forestación del área que se urbanizaría, o las normas de construcción que definían porcentajes de ocupación del suelo o estilos y materiales de construc-

5 En gran medida, estas operaciones replicaron el modelo de negocio inmobiliario que lideraba la expansión urbana de las grandes ciudades del país, y en particular de la periferia de Buenos Aires. En muchos casos se trató de los mismos agentes económicos (Bertoncello, 1993).

6 A excepción de las localidades de Necochea y Miramar, esta última muy próxima y articulada a Mar del Plata.

ción. Si bien los resultados son extremadamente contrastantes entre un balneario y otro (algunos dominados por equipamiento de muy alta calidad en medio del bosque, otros de pobre equipamiento, más próximos a los suburbios populares de Buenos Aires que a villas balnearias), todos se reconocieron como diferentes de Mar del Plata, cuya historia y paisaje tenderían a rechazar⁷. Más allá de estos discursos que los contraponían con Mar del Plata, y que eran obviamente bien utilizados para su comercialización, los balnearios bonaerenses sí se diferenciaron claramente de ésta respecto al tipo de playas con que contaron (continuas y de grandes superficies), y al papel absolutamente central que ellas jugaron en el veraneo: el baño de mar y la permanencia en la playa fueron las actividades predominantes en estos lugares de veraneo.

Cambios similares acontecieron en los destinos turísticos de las sierras de Córdoba. A lo largo del período que va desde el auge de los grandes hoteles de inicios del siglo XX hasta la década de 1970, toda el área vio multiplicarse y crecer sus localidades turísticas, al tiempo que diversificaba el tipo de turistas que recibía, creciendo la proporción de los grupos sociales medios, y haciéndose muy importante el turismo de tipo sindical (Schlüter, 2001). Durante este período la localidad de Villa Carlos Paz, a orillas del lago San Roque, se convierte en uno de los principales destinos turísticos del país.

También aquí la difusión del automóvil provocó cambios muy importantes en el turismo serrano, no sólo habilitando núcleos turísticos sin acceso ferroviario sino, y fundamentalmente, permitiendo llevar a cabo una modalidad turística que irá adquiriendo cada vez más importancia: el recorrido o circuito, esto es, el uso del automóvil para desplazarse de un lugar a otro dentro de un área determinada, permaneciendo poco tiempo en cada uno de ellos. Esta modalidad turística reposa, además, en una forma de valorar las condiciones naturales de las sierras de Córdoba que difiere de la tradicional (centrada en el reposo y la salubridad) en tanto valora la heterogeneidad del paisaje, cuyos rasgos pintorescos justifican la observación, y la existencia de condiciones específicas en algunos lugares del conjunto, que permiten la práctica de las actividades predominantes: el baño en los arroyos y el descanso bajo el sol o a la sombra de la vegetación arbórea, cuya gran dispersión justifica el recorrido y, a través de éste, la permanencia durante un período prolongado.

Durante este período se consolidó también la incorporación de algunos Parques Nacionales al conjunto de destinos turísticos del país,

7 Si bien los discursos que enfatizaban la oposición respecto de la "urbana" Mar del Plata fueron una constante entre los mentores de estos emprendimientos y sus comercializadores, tampoco se trató de emprendimientos que procuraran la conservación de la naturaleza. Por el contrario, en todos los casos las condiciones naturales fueron profundamente modificadas y, con el tiempo, se consolidaron auténticos centros urbanos (sobre este tema, véase Bertonecello, 1993).

en particular el Parque Nacional Nahuel Huapi en Patagonia, y el Iguazú, en el nordeste de Argentina. Ambos Parques se crearon junto con el organismo encargado de su administración en la década de 1930, en el nivel federal. Los objetivos de preservación y de disfrute de los visitantes, presentes entre los objetivos que llevaron a crear estas áreas, dieron lugar a su paulatina transformación en destinos turísticos (Scarzanella, 2003).

El PN Nahuel Huapi se organizó en los entonces territorios nacionales, a partir de las tierras que el Perito Moreno había donado al gobierno nacional para estos fines. Con el fin de asegurar su adecuada administración, la dirección a cargo realizó un conjunto de obras orientadas a garantizar el acceso y el cumplimiento de los objetivos propuestos; entre ellas, cabe citar la construcción del Centro Cívico de Bariloche, donde se instaló la intendencia del parque, un conjunto de caminos que permiten recorrerlo, y la construcción de equipamiento hotelero, que tiene su paradigma en el gran hotel Llao-Llao, ubicado en las proximidades de la ciudad, en un entorno de gran belleza paisajística. Las obras emprendidas no sólo permiten el aprovechamiento turístico del parque, sino que dan cuenta de un modelo de valorización turística que se arraiga fuertemente en lo ya descrito sobre el primer período del turismo en el país, y que junto con las peculiaridades del poblamiento del área (con alta presencia de inmigrantes oriundos de Europa central y del norte), darían lugar a la denominada "Suiza argentina" (Bertoncello, 2000).

Destino turístico inicialmente reservado a los grupos más acomodados de la población nacional, el Parque fue perdiendo paulatinamente esta condición, hasta llegar a convertirse en un destino turístico masivo. En este proceso, la llegada del ferrocarril jugó un papel decisivo. Igual importancia tuvieron las políticas turísticas del gobierno peronista, que provocaron cambios importantes en la organización de la institución, facilitando el acceso al Parque de los sectores menos acomodados. Asimismo, el interés por la naturaleza prístina, que iría cobrando cada vez más importancia desde los años sesenta, jugó un papel fundamental en este proceso de masificación (Bertoncello, 2000 y Scarzanella, 2003).

En síntesis, puede decirse que el período de consolidación del turismo en Argentina define un mapa turístico del país caracterizado por un conjunto de destinos turísticos de gran importancia, que reciben una masiva afluencia de turistas, y que pueden ser caracterizados en función de atractivos específicos: sol y playa, entornos naturales, paisajes dignos de observación, etc. Sin embargo, más allá de las cualidades intrínsecas de estos atributos de cada destino turístico, son las funciones que la sociedad les asigna, junto con las posibilidades y la utilidad de hacerlo (diversas para los diferentes actores sociales), las que acaban definiendo esta condición. El absoluto predominio de los destinos turísticos de sol y playa da cuenta del papel que el turismo vacacional adquiere en la sociedad: parte consustancial de una sociedad en la que se consolidan

los derechos laborales y se desarrollan estrategias de inclusión social y distribución de riqueza a través del trabajo; parte consustancial también de una sociedad que propicia la expansión del consumo interno y que ve al turismo como un componente de esta expansión; de una sociedad que apuesta a la industria automotriz y construye caminos mediante los cuales y en automóvil se alcanzan nuevos destinos turísticos.

Las décadas de 1960 y 1970 pueden ser consideradas como el momento de apogeo de este modelo turístico en Argentina. Los destinos turísticos del período de elite siguen estando entre los de mayor importancia, pero las profundas transformaciones sufridas los convierten en algo totalmente diferente de lo que fueron en sus orígenes; como siempre, el ejemplo paradigmático de esto es Mar del Plata. Otros destinos turísticos se incorporaron en relación directa con las nuevas condiciones, como es el caso de los balnearios bonaerenses. La práctica turística se afirma como algo natural y necesario para sectores cada vez más amplios de la sociedad y, al mismo tiempo, como algo posible y efectivamente experimentado. Al papel que siempre ha tenido el turismo en la producción de distinción social, se suma el de ser también una instancia de inclusión social⁸, y en un juego dinámico entre ambos, se instala como una necesidad y un derecho. Entendemos que el mapa turístico de Argentina es la expresión concreta de esta situación y dinámica social.

LAS TRANSFORMACIONES RECIENTES: FRAGMENTACIÓN Y HETEROGENEIDAD EN EL “NUEVO MAPA TURÍSTICO” DE ARGENTINA

Las profundas transformaciones sociales y económicas que tienen lugar en la Argentina a partir de la segunda mitad de los años setenta, y que se consolidan en los años noventa⁹, van a expresarse también en el turismo y en su dimensión territorial, definiendo un nuevo mapa turístico del país. Por una parte, el paulatino abandono del modelo de desarrollo orientado al mercado interno y con fuerte intervención estatal, va dando paso a la instalación de un modelo económico neoliberal, abierto al mercado internacional y asociado al achicamiento del estado, en particular en lo relativo a su intervención en la economía. Una de las consecuen-

8 Así como las ofertas de turismo social en sentido estricto de la Argentina (los complejos de Embalse Río Tercero en Córdoba, y Chapadmalal, al sur de Mar del Plata) pueden verse como una clara apuesta al turismo como instancia de inclusión social, el turismo emisor, particularmente la consolidación de Punta del Este en Uruguay como destino turístico de elite de Argentina, y en la segunda mitad de los años setenta la incorporación de las playas del sur de Brasil y los viajes internacionales para amplios sectores sociales, pueden interpretarse como nuevas formas de reproducir distinción social a través del turismo.

9 Existe una nutrida literatura que da cuenta de estas transformaciones. Desde una perspectiva económica, resulta útil la síntesis propuesta por Rapoport (2005). Desde una perspectiva más centrada en las dimensiones sociales y políticas, el texto de Svampa (2005) es una referencia fundamental.

cias más evidentes y de mayor impacto que esto tuvo en la sociedad se relaciona con los cambios en el mercado de trabajo, que se caracterizan por el crecimiento de la precariedad laboral, la flexibilización y el aumento de la desocupación, junto con una reestructuración por ramas (disminución del empleo industrial) y una disminución general de la proporción de riqueza distribuida a través del salario (caída de los niveles salariales). El empobrecimiento y la inestabilidad son resultado de estos cambios, y afectarán a porciones crecientes de la población.

Lo anterior tuvo consecuencias significativas para el modelo turístico que hemos presentado en el título anterior. Un turismo masivo vinculado al mundo del trabajo entra en crisis por varias razones; por una parte, el empobrecimiento excluye a un creciente número de habitantes del país de la posibilidad de practicar turismo; por otra, la crisis de la representación sindical tiene efectos en este tipo de turismo, disminuyendo la cantidad de afiliados que se benefician del mismo (lo que, asimismo, llevará a la crisis a esta oferta turística, que tendrá serios problemas para seguir sosteniendo su equipamiento). La mayor flexibilización laboral incide en la forma en que se tendrá acceso al tiempo libre, dando lugar a una mayor fragmentación del mismo. El veraneo es el principal perjudicado, ya que la posibilidad de disponer de un largo período anual de vacaciones en un momento fijo del año será cada vez más difícil (más aún si esto se considera en el contexto de familias en donde más de un miembro trabaja). En este contexto, el turismo como derecho, se ve fuertemente cuestionado, si no como aspiración, sí en la práctica, definiendo una situación de carencia que es vivida como tal por una parte importante de la población (esto es, como una expresión más del deterioro general de sus condiciones de vida).

Esta situación tuvo su máxima expresión en los destinos turísticos de sol y playa, y si bien los afecta a todos, lo hace en mayor proporción en aquellos cuyos turistas provenían fundamentalmente de la clase media baja y los sectores asalariados. La disminución del volumen de turistas, y el empobrecimiento de quienes aún lo pueden ser, tienen consecuencias negativas en estos balnearios, tanto por la disminución de la actividad económica (principal y a veces única fuente de trabajo de sus habitantes estables), como por la incapacidad de invertir en el mantenimiento de su equipamiento (sea por parte de sus gobiernos locales que dejan de recaudar impuestos, sea por muchos propietarios de equipamiento que, empobrecidos, ya no pueden afrontar los costos de mantener sus bienes), o por la depreciación simbólica que sufren como destinos turísticos al ser asociados con los “pobres y perdedores” (Bertoncello, 1999). Destinos turísticos en crisis, pierden paulatinamente su atractivo a medida que van degradándose sus condiciones materiales y simbólicas.

En el extremo opuesto, quienes mantienen una inserción laboral plena, o quienes logran mejorarla (y, luego de la devaluación de la mo-

neda de fines del 2001, el creciente flujo de turistas extranjeros), tienden a consolidar esta fragmentación de destinos turísticos, ya sea dejando de dirigirse hacia algunos de ellos, ya sea optando por ofertas específicas que algunos (los que pueden hacerlo) comienzan a ofrecer. Esto produce una fuerte fragmentación tanto entre los balnearios como al interior de algunos de ellos. Nuevamente Mar del Plata puede ser un ejemplo de estas tendencias, en la medida en que, al tiempo que ve deteriorarse su capacidad receptiva dirigida a los sectores más populares, ofrece nuevas opciones orientadas a retener a los turistas provenientes de sectores más acomodados; el deterioro del área central se consolida, al tiempo que nuevas ofertas de alojamiento y balnearios exclusivos se suman en su litoral sur (Cicalese, 2005).

En síntesis, es posible observar en el turismo las tendencias que, marcadamente en los años noventa, se instalan en el país: un modelo económico neoliberal que conlleva profundas transformaciones sociales; el desmantelamiento de las políticas sociales universalistas y la exacerbación de la competencia se asocian con un fuerte cuestionamiento al turismo masivo. Así, la Argentina turística se va redefiniendo paulatinamente, para ofrecer “a cada cual lo que le corresponde”; los procesos de degradación –no sólo objetiva sino también, o más aún simbólica– de los destinos y modalidades turísticas tradicionales se acelera, al tiempo que se promocionan nuevos destinos y nuevas ofertas en algunos puntos tradicionales para el disfrute de los “sectores ganadores” (Bertoncello, 1999 y 2002).

Los años noventa establecen también nuevas lógicas para el desarrollo del turismo en tanto actividad económica. Al mismo tiempo que la política cambiaria acaba propiciando el turismo emisivo (Bertoncello, 2001), va consolidándose una estructura turística más orientada al gran negocio y a la captación de turismo internacional (Mantero, 1999). En efecto, en el contexto de la nueva política económica y de la redefinición del rol del estado, las actividades vinculadas con el ocio y la recreación pasan a tener un lugar destacado, atrayendo grandes inversiones y grupos económicos poderosos. El turismo asiste a la llegada de nuevos capitales y agentes económicos que incentivan la demanda de grupos solventes, orientándola hacia nuevos destinos turísticos, o hacia nichos específicos que se desarrollan en los tradicionales. Ejemplo de este tipo de accionar es el desarrollo de la estación de esquí de Las Leñas en la provincia de Mendoza, creada de la nada por este tipo de agentes económicos para satisfacer a turistas interesados en la práctica de deportes invernales y de alto poder adquisitivo. Los hoteles *resorts* con equipamiento de alta gama que se localizan en algunos centros turísticos estableciendo una clara distinción con el resto, son otro ejemplo de este tipo de desarrollo presentes en lugares de destino nuevos o también en tradicionales como Mar del Plata o

Villa Carlos Paz. En algunos casos, estos procesos se articulan con los de retiro del estado y privatización de sus bienes, como sucede en el caso del hotel Llao-Llao de Bariloche, un ícono del turismo tradicional de este destino, que es privatizado y reciclado para convertirlo nuevamente en un hotel de lujo, en un proceso en el que el valor patrimonial y simbólico de este hotel es recuperado para su nueva función. Los proyectos orientados a incentivar una mayor actuación del capital privado en la oferta turística de los parques nacionales son otro ejemplo que tienen un punto culminante en el centro de esquí de Cerro Catedral del PN Nahuel Huapi, cuya área es desafectada como parque y transferida a la provincia de Río Negro, dando lugar a una intensa revitalización privada del centro y la villa (y también de la ciudad de Bariloche), beneficiados siempre por contar con el entorno de paisajes preservados del parque nacional (Bertoncello, 2000).

El énfasis en el turismo como negocio es asumido también por otros actores sociales, que ven en él una estrategia para enfrentar las situaciones de crisis económica y social que se instala en muchos lugares del país, abrevando en las propuestas vinculadas con el turismo como impulsor del desarrollo local (Brondolo *et al.*, 2000). Esto se conjuga, a su vez, con las nuevas tendencias que se van imponiendo en la práctica turística, orientadas a formas de turismo más específicas como los denominados turismos alternativos, cultural, entre otros. Se trata de modalidades turísticas paradigmáticas de los tiempos actuales, en tanto se correlacionan fuertemente con las tendencias de fragmentación social y el consumo diferenciado según nichos de demanda dominantes en el nuevo contexto (y que las nuevas tecnologías también hacen posible) (Meethan, 2001 y Bertoncello, 2002).

Los desarrollos turísticos resultantes de esta matriz se distribuyen por doquier en el territorio, más allá de que su suerte sea muy heterogénea. Las más diversas cualidades de los lugares son minuciosamente registradas, inventariadas e incorporadas a productos turísticos que, *marketing* mediante, se ofrecen a posibles consumidores. En estos procesos, la activación patrimonial juega un papel central, en la medida en que otorga a los atributos del lugar una mayor potencialidad para transformarse en atractivo turístico, o para hacerlo desde una posición que les permita ubicarse en posiciones ventajosas en una exacerbada competencia entre los lugares para atraer turistas (Almirón, Bertoncello y Troncoso, 2006).

El patrimonio natural juega un papel fundamental en estos procesos. La creciente valorización de la naturaleza en función de su consumo estético (Nouzeilles, 2002) la convierte en atractivo turístico por doquier. En algunos casos, sus cualidades excepcionales activan procesos de institucionalización de su condición de patrimonio, otorgando al turismo que se basa en ella un mayor prestigio, como sucede en el caso

de Península de Valdés con la presencia de ballenas declaradas patrimonio de la humanidad por UNESCO (Kuper, 2005). Otro tanto acontece con la valorización creciente de la naturaleza sujeta a mecanismos institucionales de preservación (parques nacionales, provinciales, etc.) u objeto de designación patrimonial como en el caso del Parque Nacional Los Glaciares, declarado Patrimonio Natural de la Humanidad por esta misma institución. Otro tanto sucede con el patrimonio cultural, cuyo reconocimiento está en gran medida vinculado a sus potenciales usos turísticos; el caso de la ciudad de Buenos Aires es uno de los ejemplos paradigmáticos, como también lo es la Quebrada de Humahuaca, recientemente incorporada al listado de Patrimonio de la Humanidad por UNESCO (Almirón, Bertoncetto y Troncoso, 2006).

La valorización turística abarca también las expresiones más diversas del patrimonio, y no sólo las que adquieren reconocimiento oficial. Bosques, lagos y desiertos, cascadas de estancias, tradiciones populares, equipamiento ferroviario, entre otros, convenientemente organizados en productos turísticos y asociados al equipamiento y la infraestructura necesarios, son activados por doquier para el desarrollo del turismo. Ejemplo de esto es el desarrollo turístico que se ha ido consolidando en la provincia de Entre Ríos, en un conjunto de ciudades y pueblos que, muy bien conectados con el principal centro emisor nacional por las carreteras del MERCOSUR, ofrecen hoy un amplio conjunto de atractivos turísticos basados en sus rasgos naturales (como turismo termal o de caza y pesca), históricos y culturales.

En síntesis, la búsqueda incesante de atractivos que satisfagan demandas muy puntuales y diversificadas va transformando a todo el territorio en potencial destino turístico, exacerbando los proyectos de desarrollo turístico local y la competencia entre los lugares para construir imágenes positivas que sustenten un atractivo turístico capaz de captar inversiones y turistas. Naturaleza y cultura desigualmente distribuidas en el territorio, se transforman así en una especie de materia prima que puede ser activada para el turismo, y que de hecho lo es en forma creciente. El mapa turístico argentino actual muestra, precisamente, esta característica de contar con infinidad de lugares valorizados como destinos turísticos, que coexisten y compiten con los tradicionales. Estos construyen una oferta turística extremadamente heterogénea, una cualidad indispensable cuando sus usuarios ya no se incrementan por la inclusión de nuevos grupos sociales sino que lo hacen, fundamentalmente, por el mayor acceso y la multiplicación de los viajes, por parte de un porcentaje limitado de ellos; o también, como sucede en los últimos años, por el consumo realizado por el turismo internacional. Evidentemente, un “mapa turístico” acorde no sólo con la nueva sociedad argentina sino también con su inserción internacional actual.

CONCLUSIONES

A modo de breves conclusiones, interesa retomar la cuestión relativa a la geografía del turismo, a la luz de los contenidos desarrollados en este texto, en la medida en que ellos permiten reflexionar en torno a la necesidad de superar las perspectivas que la disciplina ha transitado en el tratamiento del tema, para avanzar hacia abordajes más abarcativos que, al tiempo que aportan a la comprensión del turismo como un fenómeno social en sentido amplio, permiten comprender las formas específicas de valorización turística de los lugares.

Las perspectivas tradicionales se han centrado en describir los lugares turísticos en términos de sus rasgos distintivos: los atractivos presentes, el equipamiento, la configuración territorial. Los estudios del turismo se han centrado en analizarlo como actividad económica, o como práctica social en sentido estricto. La conjunción de ambas tradiciones ha dado lugar a un tratamiento del turismo como fenómeno excepcional, en gran medida descontextualizado del orden social a cuya comprensión poco podía aportar, y del territorio turístico como el mero lugar donde esto sucede. La descripción del “mapa turístico” de Argentina, y de sus transformaciones a lo largo del tiempo, ofrece elementos para reconocer las limitaciones de tales formas de abordaje y aspira a ofrecer pistas para superarlas.

BIBLIOGRAFÍA

- Almirón, Analía; Bertoncetto, Rodolfo y Troncoso, Claudia 2006 “Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina” en *Estudios y Perspectivas en Turismo* (Buenos Aires) N° 15 (2).
- Argentina, Ministerio de Economía, Secretaría de Comercio 1984 *Bases para un plan federal de turismo* (Buenos Aires).
- Ballent, Anahí 2005 *Las huellas de la política. Vivienda, ciudad, peronismo en Buenos Aires, 1942-1955* (Buenos Aires: UNQuilmes y Prometeo).
- Ballent, Anahí (s/f) *Kilómetro cero: la construcción del universo del camino en la Argentina de los años treinta* (Buenos Aires, mimeo).
- Barili, Roberto 1991 *Historia de Mar del Plata* (Buenos Aires: Plus Ultra).
- Barrado, Diego y Calabuig, Jordi 2001 *Geografía mundial del turismo* (Madrid: Ed. Síntesis).
- Bertoncello, Rodolfo 2005 “Documento de base y síntesis del panel del ‘Sector Turismo’” en Argentina, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (SECyT) *Bases para un plan estratégico de*

mediano plazo en ciencia, tecnología e innovación (Buenos Aires)
SECyT. Anexo 4.

- Bertoncello, Rodolfo; Castro, Hortensia y Zusman, Perla 2003 "Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión" en Bertoncello, Rodolfo y Carlos, Ana Fani Alessandri (comps.) *Procesos territoriales en Argentina y Brasil* (Buenos Aires: Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires).
- Bertoncello, Rodolfo 2002 "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas" en *Aportes y Transferencias* (Mar del Plata) 6 (2).
- Bertoncello, Rodolfo 2001 "El turismo emisor argentino y sus consecuencias internas" en *GeoUruguay* (Montevideo) N° 5.
- Bertoncello, Rodolfo 2000 "Turismo en los Andes Patagónicos. Valorización turística de áreas de preservación ambiental" en *Actas Latinoamericanas de Varsovia* (Varsovia: CELA) N° 23.
- Bertoncello, Rodolfo 1999 "Las prácticas turísticas y sus implicancias socio-espaciales" en Coriolano, Luzia Neide (comp.) *Turismo com ética* (Fortaleza: Universidade Estadual do Ceará).
- Bertoncello, Rodolfo 1993 *Configuración socio-espacial de los balnearios del partido de la costa (pcia. de Buenos Aires)* (Buenos Aires: Instituto de Geografía, FFyL, UBA).
- Brondolo, Margarita; Vaquero, M. del Carmen y Ercolani, P. (comps.) 2000 *Turismo: desarrollo local y regional* (Bahía Blanca: EdiUNS).
- Cabrera, Maria Claudia 2003 *El turismo social como derecho. El acceso a Mar del Plata, territorio de distinción* (tesis maestría) (Buenos Aires: FFyL-UBA).
- Cicalese, Guillermo 2005 "Territorios críticos y propiedad privada de recursos turísticos valiosos. Las playas privadas del sur de Mar del Plata, 1991-2005" Trabajo presentado en el Taller *Desplazamientos, contactos y lugares* (Buenos Aires).
- Kuper, Diego 2005 "Áreas protegidas y turismo. El caso de Península de Valdés" Trabajo presentado en el Taller *Desplazamientos, contactos y lugares* (Buenos Aires).
- Lozato-Giotart, Jean-Pierre 1987 *Geographie du tourisme. De l'espace regarde a l'espace consomme* (Paris: Masson).
- Mantero, Juan Carlos 1999 "Actividad turística y desarrollo local" en Amadasi, Enrique (comp.) *Política turística argentina. Bases para su reformulación* (Buenos Aires: LADEVI).
- Meethan, Kevin 2001 *Tourism in Global Society. Place, Culture, Consumption* (Nueva York: Palgrave).
- Nouzeilles, Gabriela (comp.) 2002 *La naturaleza en disputa* (Buenos Aires: Paidós).

- Ospital, María Silvia 2005 "Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas 1920-1940" en *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, N° 16 (2).
- Pastoriza, Elisa 2003 "Mar del Plata en la 'década infame': la democratización del balneario y la sociabilidad del ocio" en *Aristas* (Mar del Plata) N° 1 (1).
- Pastoriza, Elisa 2002 *Las puertas al mar. Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar* (Buenos Aires: Biblos y UNMdP).
- Piglia, Melina 2005 "Ciudades de lona: el Automóvil Club Argentino y la práctica del camping en la entreguerra (1926-1939)" Trabajo presentado en el Taller *Desplazamientos, contactos y lugares* (Buenos Aires).
- Rapoport, Mario 2005 *Historia económica, política y social de la Argentina (1880-2003)* (Buenos Aires: Ariel).
- Scarzanella, Eugenia 1998 "El ocio peronista: vacaciones y turismo popular en Argentina (1943-1955)" en *Entrepasados* (Buenos Aires) N° 7 (14).
- Scarzanella, Eugenia 2003 "*Le bellezze naturali e la nazione: i parchi nazionali in Argentina nella prima metà del XX secolo*" en *Revista Theomai*, N° 7.
- Schlüter, Regina G. 2001 *El turismo en Argentina. Del balneario al campo* (Buenos Aires: CIET).
- Svampa, Maristella 2005 *La sociedad excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo* (Buenos Aires: Taurus).
- Villar, María del Carmen y Bilbao, René F. 2000 "Pasajes litorales: imágenes del pasado, sociedad, territorios" en *Amadis* (Brest) N° 4.