

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



Nulan

**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/357/>

CUENCA DEL SALADO: PROPOSICION TURISTICO RECREACIONAL del turismo natural y cultural al turismo del territorio interior

Arq. Juan Carlos Mantero
Universidad Nacional de Mar del Plata
e-mail: jmantero@mdp.edu.ar

ENFOQUE

La promoción del turismo del territorio interior, comprensivo del turismo ecológico y cultural, incluyente de la opción rural/urbano, propone la utilización de la actual capacidad ociosa de servicios y equipamientos ya relacionados con la actividad y de aquellos relacionados con actividades que, por su índole, resultan asimilables en opciones de alojamiento, restauración y recreación en el territorio.

Modalidad turística beneficiaria de la generación de ofertas turísticas especializadas, susceptibles de apoyo, el turismo de interior se sustenta en la participación de actividades, en entorno natural, rural y urbano, y de aconteceres y acontecimientos, cotidianos unos y programados otros, y en la integración convivencial en instancias de significación psico-social.

La ausencia de apoyo a las inquietudes suscitadas a propósito del turismo del interior, por ausencia de interés de los operadores privados respecto de lugares y aconteceres, localizados más allá de un entorno próximo al área metropolitana y por la consecuente indiferencia de los agentes públicos respecto del interior de la Provincia, ha limitado la actividad a la dinámica de aquellos ubicados en dicho entorno y, con excepciones conocidas, a la resignación de aquellos interesados persistentes del interior lejano.

La ausencia de apoyo técnico y financiero necesario en las fases iniciales, indispensable, atento la crisis de los diferentes sectores productivos del territorio, ha excluido y/o diferido la consideración de opciones en el territorio bonaerense y, en particular, en el espacio de la Cuenca, a la expectativa de la solución de los problemas críticos identificados.

En tal sentido, una cierta fracción de la demanda ya saturada de las opciones convencionales y una fracción propicia a las opciones innovadoras, fenómeno ya advertido en otros países, se plantea apelar alternativas inéditas o singulares surgidas de la naturaleza y de la cultura del territorio extenso.

No obstante la dispersión en un territorio extenso, se aprecian oportunidades relacionadas a las aspiraciones de turismo natural y de turismo cultural, sustentables en condiciones de paisajes naturales, escenarios rurales, pueblos diferentes, colectividades singulares, ciudades intermedias, actividades recreativas y expresiones culturales.

En rigor, a excepción de localidades y establecimientos próximos a Buenos Aires, ya turísticamente *instalados* y vialmente accesibles, y de ciertos lugares y establecimientos, en difusión privada y acceso restringido, no se dispone de una oferta que canalice aspiraciones y vocaciones a los

múltiples satisfactores detectados que permiten difundir y promover un turismo diferente, atrayente y convocante.

En realidad, las opciones de turismo ecológico y turismo cultural, sea en sentido estricto o en sentido amplio, todavía no están presentes en el imaginario del turista medio de nuestro país, tampoco en aquel localizado en el área metropolitana cuyo desconocer le hace prescindente respecto de tales opciones.

La alternativa de una experiencia en espacio natural, en cultura rural, y/o en tiempo urbano de la extensa pampa, con la posibilidad de una vivencia inédita, no está presente en las aspiraciones y expectativas del turista posible, no tanto por inusual sino por carencia de referencias y estímulos.

En aquellos países donde la alternativa está instalada, su presencia es producto de una continuidad en el espacio y/o de una persistencia en el tiempo de valores inherentes a la seducción de la naturaleza y a la búsqueda de las raíces culturales de un presente distinto.

La experiencia de un turismo activo, alternativo de la pasiva opción convencional, sustentada en prácticas de interacción, contemplación o participación, respecto del medio natural, de la obra cultural y/o de los valores intangibles de la identidad, persiste latente e in-valorada.

Países con culturas, historias y geografías, asumidas tienen una actitud más integrada, donde el presente confiere sentido al pasado y donde la ciudad se sustenta en la diferencia respecto del campo y las actividades contemporáneas no omiten referenciarse a las actividades tradicionales.

Casi obvio resulta consignar que no se trata de una opción universal, válida en diferentes contextos, sino de las diversas alternativas que en cada territorio, natural, rural o urbano, se presentan y de la necesidad de disponer de recursos que permitan acceder a un umbral sustentante de actividad posible.

Si a propósito de España, donde se reconoce apertura a las modalidades de desarrollo de un turismo interior, se constata, en expresión de Bayon Vera, que no se ha pasado de declaraciones, iniciativas y proyectos y del limitado alcance de las experiencias realizadas, en apreciación de Soret Lafraya al enumerar las realizaciones de las diferentes comunidades autónomas.

la actuación pública

Si nos atenemos al turismo rural, en nuestro medio erróneamente identificado con el turismo de estancias, las realizaciones en países que han transitado experiencias diversas y con resultados apreciables, se observa un rol activo y relevante del sector público, sin perjuicio de sumarse a una necesaria predisposición social e indispensables iniciativas del sector privado.

La gestión municipal en el territorio de la Cuenca, más allá de la crítica situación actual, no ha asumido, excepciones excluidas, opciones relacionadas a turismo ecológico y cultural, pese a que el sector público, aun en insuficiencia de recursos económicos, dispone de atribuciones y opciones que le permiten constituirse en un referente necesario en la tarea de promover y articular experiencias.

CONDICIONES

Del diagnóstico realizado resulta pertinente remitirse de un modo sintético a las condiciones de la demanda, la oferta, la inversión, la difusión y la contribución social.

1. demanda

La presencia de un mercado incierto y ambiguo, por tanto la ausencia de un mercado definido e integrado, torna vulnerable la formulación de productos ecológicos y culturales específicos, en ausencia de procesos sistemáticos de identificación, apreciación y difusión que permitan instalarle en la consideración del turista potencial y de procesos ordenados de puesta en uso y goce, accesibilidad y funcionalidad mediante.

Sin embargo, la inclusión en sentido *amplio* de tales opciones en el turismo de interior permite integrarles en conjunciones apropiadas de productos, donde el turismo natural o el turismo cultural pueden operar como el núcleo motriz de un producto integrado con otros que en tal proposición se conforman como complementarios.

2. la oferta

Sin perjuicio de lo indicado, no es menos cierta la incidencia que en los mencionados procesos de puesta en valor y en desarrollo plantea la diseminación en el territorio de los recursos y la dispersión en el tiempo de las oportunidades, susceptibles de integrar acciones e inversiones, por tanto procurar más posibilidades a menos costo.

La identificación y ponderación de los recursos viables, por atractivos y accesibles, conforma un umbral necesario, las condiciones, infraestructuras y establecimientos requieren de inversión significativa, aun a escala de los emprendimientos pequeños y medianos.

3. la inversión

En relación a alternativas de turismo convencional, litoral de sol y playas y/o urbano, en sus diversas modalidades, el turismo de interior requiere de inversiones adecuadas de puesta en condiciones de accesibilidad y de aptitud funcional por las características del territorio, su disposición natural, rural y urbana, su modalidad de ocupación y su conexión vial en relación a la diseminada disposición de los recursos naturales, distanciada disposición de los recursos culturales y a veces a la inconexa dispersión de los centros urbanos, susceptibles de operar como recurso y servicio.

4. la difusión

La acotada demanda puesta en los recursos ecológicos, naturales y rurales, y la limitada trascendencia atribuida a los recursos culturales, antropológicos, arquitectónicos y urbanos, pese a la incipiente expectativa colocada en el territorio interior de la Provincia, a excepción de la imagen y connotación atribuida a *la pampa* y su paisaje como referente natural y al *gaucho* y su actividad como referente cultural, plantea restricciones a su difusión y promoción.

Las restricciones, superadas en la sí publicitada actividad realizada en torno a Buenos Aires (tipo *los pagos de Areco*) se agudizan en relación a la distancia que les separa de Buenos Aires, en la carente valorización de lo propio y en la ausencia de prácticas económicas y sociales que impliquen actividades de intercambio y/o inserción de sus empresas y comunidades.

La reciente adopción de la marca *viva las pampas* por parte del Gobierno de la Provincia, objeto de consideración en el estudio realizado, no parece suficiente para generar un proceso de identificación de la singularidad del territorio.

La apreciación alcanza entre los diversos municipios, no obstante diferencias de grado, con prescindencia de la magnitud poblacional de sus centros, la aptitud productiva de sus recursos y nivel socio económico de su gente, tal lo advertido en itinerarios realizados en el interior bonaerense y en particular dentro de la Cuenca del Salado.

5. la contribución social

La alternativa de puesta en valor de un turismo de interior - natural y rural / cultural y urbano, diferenciados en la identificación del recurso y necesariamente articulados en la concepción del producto, supone dar cuenta de cada uno e integrar su aporte en productos que, en el ámbito de municipios o regiones, ponderando diversidad y densidad atrayente, puedan presentarse a consideración de la sociedad y del mercado e instalarse en el imaginario de la gente en su entidad de usufructo y de consumo.

Al plantear la entidad de usufructo *social* y consumo *mercantil*, dos instancias diferenciadas, de la puesta en consideración de las aptitudes actuales y potenciales del territorio interior para la actividad turística y recreacional, se reivindican para el territorio interior condiciones que en el territorio litoral o metropolitano se plantean en la actualidad y en su dinámica generan opciones de innovación continua.

Sin embargo, tales instancias diferenciadas en la concepción de productos destinados al turista, se integran en un enfoque social de la práctica turística, al contemplar su contribución al habitante, a la comunidad radicada en el centro de afluencia, donde la presencia del turista, excursionista y visitante proponen un intercambio social y económico, que genera beneficios sociales:

OBJETIVOS

La inclusión de las opciones natural y cultural, objeto del estudio, en la perspectiva incluyente del turismo interior plantea los objetivos de

- . generar y/o estimular un nuevo tipo de usuario y consumidor turístico
- . revalorar y preservar el ambiente y el patrimonio, tangible e intangible
- . valorar y consumir de obras y productos de artesanías tradicionales y regionales
- . referenciar e instalar en la consideración identidades locales y regionales
- . identificar y promover la plena utilización de oferta receptiva ociosa del lugar
- . crear y/o diversificar la oferta concibiendo oportunidades que generen renta complementaria

Resulta obvio consignar que no todas las comunidades locales están en disposición de darse a conocer para afrontar alternativas diferentes de las tradicionales, tanto por los recursos que valora cuanto por los productos que propone y las actitudes que se plantean.

La hipótesis implícita en los objetivos permite advertir, a través de estudios ya realizados, a propósito de centros del interior, disposiciones diferenciales de intercambio, innovación e inserción en el territorio bonaerense.

Así, en los casos de Azul - Olavarría y de Las Flores - Saladillo, remitiéndose a comunidades vecinas de condiciones culturales diferentes, se advierten diferencias no subestimables al momento de implementar opciones de puesta en valor y/o en desarrollo turístico recreacional. Así Olavarría y Saladillo acreditan una disposición más pro-activa, causa y consecuencia del ejercicio más intenso de actividades dinámicas (la industria y el comercio).

OPCIONES POLÍTICAS

La ausencia de una política turística nacional respecto de un turismo alternativo se advierte cuando se identifican los destinos priorizados de la política de los noventa al definir *los seis continentes* objeto de promoción, rescatando respecto de cada una de las regiones consideradas el megaproducto instituido sustentado en recursos.

Así, *la selva de las aguas grandes* (los ríos y las Cataratas), *cuando América alcanza el cielo* (la Cordillera y el tren de las nubes), *la Patagonia Andina* (lagos y bosques y el glaciar Perito Moreno), *la Patagonia Atlántica* (las ballenas y el litoral), *la tierra del gaucho* (la pampa y la tradición), *mi Buenos Aires querido* (el tango y la ciudad), o al comenzar la década actual cuando se conciben productos sustentados en actividades (la pesca, la caza, el sky, el golf, etc) o en modalidades del tipo turismo rural (la estancia).

La ausencia de una política provincial respecto de un turismo del interior se advierte cuando se identifican los destinos de la política de los noventa y se aprecia que casi exclusivamente remiten a la temática de sol y playas, con prescindencia de los restantes recursos actuales (subestimados, tal el caso de las lagunas como recurso y la pesca como actividad) y potenciales (objeto de acciones acotadas, tal los casos de la hospitalidad y la artesanía, de que dan cuenta los documentos del entonces director provincial de turismo Jorge Guitelman: *Turismo. Hospitalidad y encuentro con el otro y Los artesanos del trato*).

Recién al comenzar la década del dos mil se concibe *un plan estratégico para el desarrollo turístico* provincial que incluye el territorio provincial en su extensión, sin perjuicio de la singularidad de sus diferencias. Dicho plan recoge la proposición que, respecto de una regionalización comprehensiva sustentada en las condiciones pluri-dimensionales del territorio, se realizara oportunamente. (J. C. Mantero Informe: *Regionalización para la gestión turística* 2001)

La acción política atribuida en exclusividad al sector público, aún en un Estado *subsidiario*, a propósito de la superación de problemas producto del deficiente desarrollo regional y local, resulta cauce insuficiente e inapropiado, en relación a una actividad no asociada a la producción como la

actividad turística y recreacional, cuya significación, en ausencia de turistas ajenos al territorio, radica en la significativa redistribución de ingresos.

En tal sentido, la política turística debiera resultar de una acción convergente, cuanto menos congruente, de los sectores que participan de la actividad: el sector privado, el sector público y el tercer sector, en sus diferenciados intereses y no obstante sus diversificadas responsabilidades, en torno a la puesta en valor y en desarrollo de la actividad.

A la administración del sector público, a niveles nacional y provincial, compete la proposición de políticas referidas al turismo alternativo *del territorio interior*, incluyentes de acciones concebidas respecto de opciones relacionadas a la naturaleza, la producción, la cultura, el deporte, la recreación, etc., identificables como ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo, turismo cultural, turismo de deportes, turismo rural, turismo de pueblos, etc.

Las políticas asignables al estado nacional y al estado provincial, implicarían:

- . definir un programa integral de turismo de interior, comprehensivo de modalidades institucionalizadas y de aquellas emergentes de las aspiraciones de la gente y de las aptitudes del territorio
- . asistir a la puesta en valor mediante crédito y subsidio turísticos específicos adaptados a las particularidades de las modalidades consideradas prioritizables
- . concebir modalidades asociativas y gerenciales apropiadas a la gestión eficiente de las modalidades del turismo alternativo del territorio interior
- . creación en ámbito público de servicios de difusión y promoción de turismo de interior y de servicios de asistencia y/o consultoría de gestión de recursos y de servicios
- . promover la cooperación y articulación de políticas y acciones respecto de turismo de interior entre las diferentes jurisdicciones, sin perjuicio de instancia regional
- . priorizar las modalidades apropiadas en las localidades y oportunidades sinérgicas, por efectos motrices en relación a la actividad, la comunidad y/o el territorio
- . definir para cada modalidad un modelo de programa tipo susceptible de beneficios de promoción, estímulo y asistencia

OPCIONES ESTRATÉGICAS

La rentabilización integral de áreas naturales, rurales y urbanas del interior, acondicionadas para el turismo es una meta lejana atento las condiciones actuales del territorio, de las actividades turísticas y del estado y expectativa de la demanda, a excepción de ciertas prácticas instaladas en la sociedad, en modalidades a escala recreativa y turística, a nivel de la actual disposición de los recursos y de los servicios, tales como la pesca a un umbral masivo, aun en su dispersión, y de la caza a un umbral restringido de usuarios aficionados.

En tal sentido, cabe considerar la existencia de modalidades *institucionalizadas* por referencia a las actividades, localizables por referencia a los lugares (la pesca: clubes y lagunas, la caza: clubes y cotos, el avistaje: asociaciones y humedales y otras varias) y la apertura a modalidades *no institucionalizadas* susceptibles de gradual difusión y promoción, productos turísticos inéditos e insólitos, dentro de géneros temáticos (tales como turismo de naturaleza, de aventura, de deportes, etc).

Además de las modalidades referidas al universo de lo natural, aunque menos conocidas y menos convocantes, corresponde considerar aquellas que *institucionalizan* los diversos intereses culturales y sociales (asociaciones, clubes, etc), sin perjuicio de las afinidades que se aprecian espontáneamente en función de convocatorias específicas a propósito de temas y actividades.

Simultáneamente, cabe considerar las diferentes localidades y oportunidades, condiciones y requisitos, acondicionamiento y equipamientos, sustentos y servicios, en relación a los atributos necesarios de atractividad, accesibilidad y aptitud funcional, para generar, instituir, valorizar y desarrollar actividades que trasciendan la mera inquietud y aspiración individual y permitan canalizar aspirantes y afinidades en prácticas *sociales*, por referencia a grupos afines y voluntarios.

Trascender la satisfacción y expectativa del individuo para promover la satisfacción más socializada de un sector de la demanda, en condiciones de mercado, a través de la oferta, requiere la detección oportuna de las aspiraciones, de la identificación de las posibilidades y oportunidades, de la provisión del umbral de lo mínimo necesario a prácticas incipientes.

En tal sentido, las nuevas opciones, rescatadas a través de la consulta y la apreciación de las tendencias, que se observan en los comportamientos de los estratos y niveles más permeables a la creatividad e innovación en las prácticas turísticas, que remiten, de acuerdo a nuestros estudios de usos del tiempo libre, al estrato de los jóvenes (con prescindencia de niveles socioeconómicos) y del nivel socioeconómico medio alto (con prescindencia de los estratos etéreos)

Reconocer las aspiraciones explícitas y las actividades actuales y las aspiraciones implícitas y las actividades potenciales permite concebir políticas con diferentes proyecciones en el tiempo, sea por reconocimiento de la actualidad en las demandas o por identificación de la potencialidad en el territorio de tendencias identificables.

Las posibilidades del turismo de interior, incluidas las posibilidades específicas del turismo ecológico y cultural en sentido amplio, trascendiendo lo culturalmente institucionalizado, transgrediendo lo socialmente *legitimado*, resulta perceptible en las innovaciones relacionadas a prácticas culturales, artísticas y deportivas, todavía económicamente no mercantilizadas.

En tal sentido, el estudio de las alternativas en la opción de turismo natural (recursos: humedales, ríos, arroyos, lagunas, sierras y áreas protegidas y actividades: observación, aventura, deporte, pesca, caza y acampada) y en la opción de turismo cultural (paisaje, ciudades, colectividades y colonias, museos y arquitecturas, estancias y parques, escuelas y estaciones, sitios y lugares de interés, saber hacer y artesanías, fiestas y acontecimientos, cultura actual) permiten advertir un capital susceptible de apreciación que integrados en productos accesibles pueden sustentar la puesta en valor turístico recreacional de nodos de interés en el territorio de la Cuenca.

ESTRATEGIAS

La apertura al turismo de interior en la Cuenca del Salado y en el resto de la Provincia de Buenos Aires puede sostenerse en productos temáticos atrayentes ya reconocidos, destinos accesibles y funcionales, contribuyendo a instalar prácticas creativas e innovadoras, mediante políticas que además sirvan para instalar y reivindicar, singularizar y diversificar, desconcentrar y desestacionalizar las actividades turísticas y recreacionales.

1. instalar y reivindicar

Instalar la localidad (*el locus*) en el imaginario de la sociedad y reivindicarle en su hospitalidad y, eventualmente, como opción de destino turístico constituye la premisa de puesta en valor, sea de su entidad actual y diferencial, sea de la potencialidad de sus recursos naturales y culturales.

La premisa consignada supone superar la instancia de omisión de la localidad, de desconocimiento del lugar, de indiferenciada identidad, que caracteriza a las localidades y los municipios del territorio de la Provincia, de alcance casi unánime a los ubicados en la Cuenca del Salado.

En encuesta a habitantes de centros urbanos de cierta magnitud y de entrevistas a agentes de la actividad turística se infiere la necesaria instancia de emprender la difusión de la presencia de cada localidad relevante en el contexto del territorio social, mas allá de aquella que le confiere la condición de municipio en la administración del territorio provincial.

2. singularizar y diversificar

Singularizar la condición de opción recreacional, de escala turística o destino mini-turístico y, en la probable carencia de un recurso excluyente y suficiente, plantearse la opción de integrar la diversidad de *mini* opciones en un producto integrado a escala atrayente y accesible, con los recursos y servicios, propios y ajenos (por referencia a aquellos ubicados en otros municipios).

La identificación de los recursos naturales y culturales, en contexto accesible, más amplio que aquel de la localidad, incrementa la atraktividad e induce la asociatividad entre operadores privados y su articulación con agentes públicos, de modo de *servicializar los atractores*, es decir, colocarlos en función, y a *amenizar los servicios*, es decir, hacerlos atrayentes, en necesaria inteligencia estratégica en presencia de exigentes restricciones.

3. desconcentrar y desestacionalizar

La identificación de localidades y oportunidades susceptibles de entidad turístico recreacional, (recurso, servicio o experiencia), en el interior de la Provincia y, en particular, de la Cuenca del Salado permite concebir una necesaria política de desconcentración y de desestacionalización de un territorio signado por la concentración litoral y la estacionalidad estival.

En efecto, tal como puede observarse en el devenir turístico de la Provincia. los recursos privilegiados y excluyentes en la puesta en valor han sido la metrópoli, el río y el mar. Tales recursos,

dispuestos en torno a la pampa, resultan ser periféricos a la Cuenca del Salado, situación que ha marginado las opciones turísticas del interior, a excepción, en instancia diferida y espontáneo devenir, de la laguna y la sierra.

La acusada estacionalidad se advierte en la afluencia turística en el período estival a los destinos masivos de turismo de sol y playas, aun en su actual situación declinante, declive atribuible a la situación socioeconómica y a la pérdida de competencia. Tal estacionalidad solo dispone de otras opciones y destinos en relación al incremento de la afluencia en ciertos fines de semana y en el período de receso invernal.

La existencia de alternativas diferentes a las convencionales y próximas al área metropolitana y centros emisores, e innovadoras por relación a prácticas conocidas y creativas, en relación a las expectativas de los estratos y niveles emprendedores, permitiría dar respuesta capitalizando *recursos-lugares* disponibles en el territorio y *recursos-aconteceres* programables.

TURISMO DEL TERRITORIO INTERIOR

La identificación de turismo de interior en el caso de la Provincia de Buenos Aires se torna relevante por exclusión del turismo de litoral y de metrópoli y por inclusión del turismo de localidad y de territorio, es decir aquel turismo susceptible de desarrollarse a partir de las condiciones de *raíz* natural y *arraigo* cultural, definición que permite incluir los centros *urbanos* del interior como expresión de cultura bonaerense, en su caso expresión de un modo de convivir en la Cuenca del Salado.

La consideración de turismo ecológico y turismo cultural en un eventual sentido *estricto* resultaría paradójal por implicar interés y actividad en espacios y paisajes antitéticos, en tanto el turismo ecológico implicaría reivindicar como objeto de interés la *intangibilidad* y el turismo cultural implicaría reivindicar la *artificialidad*.

Sin embargo, ambas opciones, entendidas en sentido *amplio*, sin por ello transgredir valores iraplícitos, permite advertir una dialéctica interesante al momento de apreciar un territorio de las características de la Cuenca del Salado desde una visión comprensiva de paisajes, escenarios y actividades disímiles.

Opciones diferentes del turismo convencional e institucionalizado, de alcances más amplios, en particular el turismo balneario, de sol y playas, y el turismo metropolitano, de ocio y negocio, las instancias naturales y culturales que se reivindican pueden resultar partícipes del turismo alternativo del territorio interior.

Aunque, en principio, el turismo ecológico y el turismo cultural remiten a satisfactores diferentes, se diría antinómicos, de las motivaciones, deseos y expectativas de los usuarios, en tanto tipología de las respectivas demandas.

Al respecto, la antinomia mencionada, en tanto remite a realizaciones y prácticas en espacios diferentes del territorio, adquiere un sentido complementario y no antagónico, en consecuencia sustento de una estrategia integrable en el turismo del territorio interior, con la ductilidad de asumir

simultáneamente opciones en sentido amplio y opciones en sentido estricto, tales por ejemplo la laguna y la reserva, la ciudad y el museo.

PROGRAMA INTEGRAL

La concepción de un programa integral supone, en primera instancia, la adopción de una actitud y disposición comprensiva de la diversidad de modalidades institucionalizadas y emergentes, incluyente de aquellas opciones susceptibles de evaluar en su actualidad, potencialidad y viabilidad a propósito de las diferentes posibilidades que resultan de los atributos del territorio y de las aspiraciones de la gente, usuarios y agentes del lugar, la ocasión y la actividad propiciables.

Así:

de *la actualidad* da cuenta la modalidad y su reconocimiento, la oferta y su disponibilidad, la práctica y su convocatoria, el nivel de satisfacción en relación a las utilidades funcionales, significativas y vivenciales.

de *la potencialidad* da cuenta la emergencia de la modalidad, la ubicación y el acceso al recurso, el impulso y alcance de la actividad, el grado de aspiración detectado en relación a la práctica convocante

de *la viabilidad* da cuenta el interés de los agentes promotores, la magnitud de las inversiones requeridas, la ponderación de costo - beneficio económico y social, el tiempo de maduración del proyecto, la aceptabilidad de los medios

La concepción del programa debiera entender los recursos susceptibles de considerar en una alternativa cuya generación, valorización y desarrollo requiere rescatar la posible confluencia de recursos, servicios y productos existentes, reivindicables en su compatibilidad y en su integración, sin perjuicio de los requisitos propios de localidad próxima y de oportunidad simultánea.

De los recursos susceptibles de integrar, más allá de distinciones por relación a la naturaleza o a la cultura, en rigor por su ubicación en la gradiente naturaleza - cultura, incluyente de atributos tangibles e intangibles.

Cabe reconocer que la identificación de las condiciones, recursos y actividades susceptibles de constituirse en atractores y satisfactores, habrán de primar aquellos factibles de inscribir en opciones sustentables y sostenibles por relación al ambiente y a la sociedad respectivamente.

BIBLIOGRAFIA

- AMADASI, Enrique (compilador). *Política turística argentina. Bases para su reformulación*. ediciones Ladevi. Bs As. 1999.
- BURTIN, David – HERAS, Ana Inés (compiladores) *Desarrollo Local. Una respuesta a escala humana a la globalización*. Ediciones Ciccus – La Crujía. Bs As. 2001.
- AZQUETA OYARZUN, Diego – PEREZ y PEREZ, Luis. *Gestión de los espacios naturales. La demanda de servicios recreativos*. Mc Graw Hill. Madrid 1996.
- BASUALDO, Eduardo. *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina*. Universidad Nacional de Quilmes. Buenos Aires 2001.
- BAYON VERA, Santiago. *Características específicas de los productos del turismo del interior* incluido en Valenzuela Rubio, Manuel *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*. ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid.
- BOULLON, Roberto. *Planificación del espacio turístico*. Editorial Trillas. México. 1985.
- BOULLON, Roberto. *Los Municipios Turísticos*. Editorial Trillas. México. 1990.
- FERNÁNDEZ GUELL, José Miguel. *Planificación Estratégica de Ciudades*. Editorial Gustavo Gili SA. Barcelona 1997.
- GARCÍA DELGADO, Daniel. declaraciones a *Clarín* del 20.01.02. nota: *la brecha: herida absurda*.
- HERNÁNDEZ, Ruby Daniel. *Un modelo de desarrollo regional. Provincia de Buenos Aires*. Banco de la Provincia de Buenos Aires. 1996.
- MANTERO, Juan Carlos. *Actividad turística y desarrollo local*. AMADASI, Enrique (compilador) *Política Turística Argentina*. ediciones Ladevi. Buenos Aires. 1999.
- MANTERO, J. C. *Regionalización de la gestión turística en la Prov. de Bs. Aires. - Proyecto: Centros urbanos bonaerenses. red turístico – recreacional* en APORTES y transferencias año 5 vol 1 - 2001
- MINUJIN, Alberto. *Vulnerabilidad y exclusión en América Latina*. Incluido en Bustelo – Minujin editores *Todos entran*. Ed. Santillana. Colombia 1998.
- OMT- MARCHENA GOMEZ, Manuel - VERA, Fernando. *Guía para planificadores locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. OMT. Madrid. 1999.
- OMT – INSKEEP, Edward – Yunis, Eugenio. *Guía para Administradores Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. OMT. Madrid 1999.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS. *Manual del planificador de turismo rural*. Secretaría General de Turismo de España. Madrid 1994.
- PRECEDO LEDO, Andrés. *Ciudad y desarrollo urbano*. Editorial Síntesis. Madrid. 1996.
- SORET LAFRAYA, Pilar. *Turismo rural y de naturaleza*. incluido en *50 años de turismo español. Un análisis histórico y estructural* editorial Centro de Estudios Ramón Areces SA
- SUBSECRETARÍA DE TURISMO. *Plan Estratégico de desarrollo Turístico de la Provincia de Buenos Aires*. Ministerio de la Producción. La Plata. 2001.
- TAUBER, F. *Municipio y Desarrollo. El nuevo desafío*. Edit. de la Univ. Nac. de La Plata. BsAs. 1999.
- VALENZUELA RUBIO, Manuel. *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid. 2001.
- VALLS, Joseph Francesc. *Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno*. Ediciones Deusto. Bilbao. 1996.
- VALLS, Joseph Francesc. *La imagen de marca de los países*. Mc. Graw Hill. Madrid 1992.
- VEGA, Manuel. *Diagnóstico Ambiental de la Provincia de Bs As*. (dos tomos). Banco de la Prov. de Bs As. 1995.
- VERA, J. F. (coordinador). *Análisis territorial del turismo*. Editorial Ariel SA. Barcelona. 1997.
- VILLASANTE, T. *Del desarrollo local a las redes para mejor vivir*. Edit. Lumen Humanitas. Bs As 1998.