

---

# APORTES y Transferencias

---



Año 9

Volumen 2

2005

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación

Instituto de Investigaciones  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
cendocu@mdp.edu.ar  
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

## **NODALIDADES TURISTICAS**

Juan Carlos Mantero

### **Resumen**

Se plantea y se desarrolla la noción de nodalidad turística como entidad territorial para afrontar la puesta en valor y en desarrollo turístico del interior bonaerense, considerando disposición de densidad social, económica y política apropiada y los atributos de interés turístico de la conjunción centro urbano - entorno natural y rural.

La secuencia contempla las nociones turísticas espaciales de aplicación y la concepción territorial de la nodalidad turística, el aporte de estudios realizados en el territorio, la definición y proyección de la nodalidad turística y su consideración a propósito de la aprehensión del territorio, de la expectativa turística, la integración asociativa, la imagen de marca y la actividad recreativa. En el transcurso de la exposición se da cuenta de antecedentes de estudios respecto de centros urbanos cuyos resultados han contribuido a definir la noción de nodalidad turística y a generar la concepción de una estrategia alternativa de desarrollo turístico del interior bonaerense.

**Palabras clave:** turismo / territorio - espacio turístico - desarrollo turístico - nodalidad turística - interior bonaerense - Provincia de Buenos Aires - Argentina

### ***TOURISTIC NODES***

#### ***Abstract***

*The notion of tourist node is presented and developed as a territorial entity so as to affront the appraisal and tourist development of the inland territory of the Province of Buenos Aires, considering the appropriate arrangement of social, economic and political density and the attributes of tourist interest of the conjunction urban centre - natural and rural environment.*

*The sequence contemplates the tourist spatial notions of application and the territorial conception of tourist node, the contribution of studies carried out in the territory, the definition and projection of tourist nodes and their consideration as regards the perception of the territory, tourist expectations, associative integration, brand name image and recreational activity. Throughout the exposition there are accounts of preceding studies connected with urban centres whose results have contributed to define the notion of tourist nodes and to generate the conception of an alternative strategy of tourist development of the inland area of the Province of Buenos Aires.*

**Key Words:** *tourism / territory - tourist space - tourist development - tourist nodes - inland area - Province of Buenos Aires - Argentina*

## **NODALIDADES TURISTICAS**

Juan Carlos Mantero

*jmantero@mdp.edu.ar*

### **1. INTRODUCCION**

La presente contribución da cuenta de las nociones turísticas de aplicación en los estudios realizados a propósito de los recursos y servicios turísticos, de productos y destinos turísticos, en función de su identificación y apreciación en relación a su puesta en valor y /o en desarrollo turístico en el territorio de la Provincia de Buenos Aires, en referencia al litoral o al interior bonaerense.

En tal sentido se apela a la conceptualización adoptada en estudios precedentes a partir del enfoque planteado respecto de la definición de turismo, trascendiendo el estereotipo planteado por los organismos en consideración de las dimensiones económica y política de la actividad, asumiendo la condición pluri-dimensional de la actividad en función de modalidad de uso y goce del tiempo libre y , por otra parte, atento a la singularidad del modo de darse y proyectarse la actividad turística en el territorio bonaerense.

La innovación conceptual del estudio realizado radica en definir y apelar a la noción de nodalidad turística, generada en el transcurso de las actividades de investigación y desarrollo de la actividad turística realizadas en el territorio bonaerense, de alcance provincial, regional y local, atento a la pluri-dimensionalidad y multi-sectorialidad de la actividad y de la territorialidad e integralidad de su expectativa e impacto.

### **2. NOCIONES TURISTICAS APLICADAS**

Tal como se planteara en estudios ya publicados, la consideración de los recursos turísticos parte de reconocer que la puesta en valor y el desarrollo de las posibilidades de un territorio radica en la disposición de ciertas condiciones.

Tales condiciones se constituyen en requisito no sólo respecto de espacios carentes de actividad turística o de incipiente actividad sino incluso en aquellos espacios cuya evolución en el ciclo de vida del producto turístico ha alcanzado una instancia crítica que requiere de su oportuna prospección y puesta en recuperación.

En tal sentido, los factores de localización y generación de la actividad turística, a partir de su valorización y utilización, supone que los espacios, objeto de acción, acrediten de modo primordial la disposición de recursos naturales y culturales, susceptibles de actividad recreativa, en condiciones adecuadas al propósito invocado.

La disposición de recursos naturales y culturales susceptibles de puesta en valor y en desarro-

llo del territorio interior bonaerense, presenta una diversidad de situaciones en relación a las diferentes regiones que permite en relación a la singularidad de cada región identificar opciones viables, de mediar la necesaria presencia de densidad social interesada en inducir y promover actividad turística y recreativa.

El concepto de nodalidad turística es consecuencia de reflexiones a propósito de estudios de la problemática turística en Provincia de Buenos Aires, en particular de la región en torno a Mar del Plata, centro turístico devenido centro urbano, y de Olavarría, centro urbano susceptible de devenir centro de interés turístico, obviamente en diferentes estadios del ciclo turístico, de desarrollo uno e incipiente otro, incluso en diferentes contextos regionales.

El estudio de recursos turísticos regionales, a propósito del entorno de Mar del Plata, se realiza después de adoptada la innovación respecto de la noción de turismo a partir del concepto incluyente de uso y goce de tiempo libre (Munne 1983) y de la noción de demanda y oferta a partir de los conceptos incluyentes de necesidad y satisfactor (Max Neef, 1993), al plantear:

el turismo como oportunidad de tiempo libre destinado a la realización de actividades recreativas en función de la interacción necesidades - satisfactores, unas expresadas en términos de requisitos de ser, tener, estar y actuar de la persona en disposición turística y otros expresados en términos de condiciones, tiempos, espacios y actividades que permiten satisfacer necesidades de la persona en disposición turística o recreacional (Mantero 1998).

De tal modo se asume que las actividades turísticas y recreativas expresan las posibilidades de realización en el lapso del tiempo social que la sociedad asigna libre y que la persona elige libre, sin perjuicio de darse dentro de las condiciones de lo posible que pauta la sociedad y asume la persona.

La actividad turística se realiza en el escenario de elección de la persona, destino ajeno y distante de su lugar de residencia, del ámbito de su cotidianeidad, en tiempo libre más amplio y necesariamente continuo, sin implicancias habituales y la actividad recreativa: aquellas actividades que, en función de uso y goce de su tiempo libre, realiza la persona en espacios y tiempos, sin diferencial incidencia de su condición de residente o turista. (Mantero 1998)

El desarrollo de la actividad turística se sustenta en la disponibilidad de tiempos y de espacios que inducen su realización en condiciones adecuadas y supone una apreciación de condiciones y atributos en los medios susceptibles de dar soporte, escenario y entorno adecuados y satisfactorios a su desenvolvimiento.

Los recursos turísticos constituyen el conjunto potencial de aquellos bienes que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, pueden utilizarse y satisfacen la necesidad de las personas en su actividad turística. Tales recursos pueden resultar actuales en su vigencia y alcance o acreditar potencialidad turística: la probabilidad de afectación al uso turístico de un recurso natural, cultural o paisajístico, en función de las condiciones intrínsecas que le confieren singularidad en su dimensión - natural o cultural -, de las condiciones extrínsecas que le confieren inclusividad en un ámbito - espacio y tiempo -, susceptible de atraer al

turista en la expectativa de obtener utilidades funcionales, simbólicas y vivenciales.

La disponibilidad de los recursos se constituye en condición necesaria para el desarrollo de actividades turísticas y recreacionales. Sin embargo, aunque recursos inducen actividades, resultan insuficientes para su desarrollo, en tanto se requiere de la disponibilidad de servicios y equipamientos, en tipos y niveles adecuados al índole y umbral de expectativas del usuario.

Al estudiar los recursos turísticos regionales se diferencian unidades espaciales, en tanto la consideración de los recursos trasciende el recurso individual y le integra en unidades objeto de consideración adecuadas a la finalidad de proposición que inspira cada estudio, adoptándose para aquel las nociones espaciales de área, senda y nodo, que, si bien remiten a términos conocidos con relación a la legibilidad del espacio, en nuestro estudio procuran plantearse de modo congruente a fin de adecuarse a la finalidad mencionada:

área: espacio superficial extenso susceptible de adquirir entidad paisajística y recreativa de uso turístico o recreacional, el entorno.

senda: espacio lineal tenso susceptible de adquirir entidad paisajística y recreativa de uso turístico o recreacional, el itinerario.

nodo: espacio puntual intenso, convocante, susceptible de adquirir entidad paisajística y recreativa de uso turístico o recreacional, el lugar.

Aquella noción original de nodo y su aplicación en sentido acotado a la conformación espacial del recurso resulta generadora del concepto de nodalidad susceptible de aplicación a la unidad turística conformada por la conjunción de recursos y servicios turísticos sustentados entorno a la centralidad urbana en el territorio.

De tal modo, se plantea el concepto de nodalidad turística definida de modo preliminar por su condición de

atributo de una unidad espacial cuando acredita la entidad de una conjunción actual o potencial de paisajes, recursos y servicios susceptibles de uso recreativo y turístico, sustentados además en la disponibilidad de servicios urbanos necesarios y suficientes.

La nodalidad turística se constituye así en atributo que remite a cierta densidad en las disposición de paisajes, recursos y servicios en el espacio, cuyas cualidades le permiten, además de nodal, ser atrayente, apto y accesible.

Las condiciones de atractividad, accesibilidad y aptitud son aquellas que el usuario requiere y aprecia en la actividad turística o recreativa al integrar los recursos, equipamientos y servicios en función de una actitud espontánea o deliberada, conformando una práctica cultural, de usos y consumos, factible y frecuente, en función de intereses de puesta en sociedad o de puesta en mercado, concibiendo productos y definiendo ofertas que permitan su transferencia a la práctica turística.

El producto turístico resulta ser el conjunto de recursos naturales y humanos con capacidad de

atracción que un área puede ofrecer complementado por un equipamiento de apoyo y promovido por una organización de ventas (Ferrario, 1980), aquellos que implican y conforman el producto turístico / recreativo integrado por recursos y equipamiento, actividades y servicios que ofrecen utilidades al usuario como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones (Altés Machin, 1996).

En la actividad turística puesta en mercado, la oferta turística resulta ser el conjunto de servicios definida en la unidad conformada por el producto, su precio, su distribución y su comunicación, en tanto el destino turístico es el concepto que integra los atributos y las condiciones generadas por el área de acogida de la afluencia, generada en expectativa de uso y goce turístico de recursos y servicios, de productos y ofertas, en síntesis de oportunidades de espacio, tiempo y actividad localizadas, identificables en la modalidad turística.

### **3. NODALIDAD TURISTICA EN ESTUDIOS REALIZADOS**

Procesos identificados en el devenir turístico y estudios realizados asumiendo la pluralidad dimensional del desarrollo y una concepción más integral de la actividad turística, nos inducen a apreciar la disposición de áreas de tejido denso de recursos naturales y culturales, rescatando las condiciones que se presentan la localidad y la centralidad de lo urbano en la promoción de la actividad turística en dichas áreas, precisamente a partir de la puesta en valor de los nodos de convivencia social, reivindicando la premisa de recrear urbanidad y acreditar hospitalidad. (Mantero 1999 Actividad turística y desarrollo local).

Al reconocer el territorio interior bonaerense en función de actividad turística y recreativa se advierte y aprecia la presencia de áreas actuales y potenciales de densidad propicia de recursos naturales y culturales, que hacen posible y plausible la adopción de estrategias de generación y promoción de nodalidades turísticas.

Áreas de diferente ubicación en el devenir de la actividad (producto / destino incipiente, en realización, en declive, incluyendo aquel potencial y expectante) permiten inferir el diferente sentido que la concepción de nodalidad turística puede sustentar una estrategia apropiada a su fase de desarrollo en el propósito de plantear, promover y realizar en beneficio de la territorialidad.

Estudios realizados a propósito de Mar del Plata y Olavarría, de Miramar y Las Flores han contribuido a la concepción de la estrategia de nodalidad turística:

#### **Mar del Plata y Olavarría**

La consideración de Mar del Plata como objeto de estudio respecto de la actividad turística ha permitido concebir enfoques diferentes respecto de la problemática de su desarrollo y generar nociones de utilidad aplicadas en estudios y proposiciones ulteriores. El estudio de recursos turísticos regionales ha contribuido a la generación de la noción de nodalidad turística.

Sin perjuicio de las definiciones planteadas en aquel estudio y adoptadas en el presente estudio, la contribución de aquel al presente es producto de la observación y consideración de la disposición nodal en torno a la localidad de los recursos diferenciados en naturales (incluyente de recursos rurales extensivos), culturales (incluyente de recursos urbanos intensivos) y paisajísticos (naturales y culturales), sistematizados y evaluados de acuerdo a la funcionalidad signada por su dimensión natural, cultural o paisajística y considerados en su condición de soporte, escenario o contexto, actual o potencial respecto de actividades turísticas y actividades recreativas.

Se trata de recursos localizados en sus opciones concretas, considerando la territorialidad de su disposición, relación e interacción, definiendo áreas diferenciales, sendas vertebrantes y núcleos focalizantes, susceptibles de apreciación en su interacción con el usuario turístico y recreativo, a propósito de las tensiones seducción - motivación, sostén - acción, disposición - utilización, ponderando atractividad, fruición e interés accesibilidad vial y modal, y aptitud ambiental y funcional.

La apreciación integral resulta de la consideración de los diferentes recursos turísticos regionales y de disposición territorial, en función del centro urbano y turístico actual (aún en su opción turística litoral y estacional de sol y playas) y de su entorno turístico potencial, integrando el centro urbano Mar del Plata y el entorno adyacente, articulando su actualidad y su potencialidad turística.

Así los esquemas de aprehensión del territorio a propósito de Mar del Plata en la región adyacente al centro permiten observar y distinguir las sendas y las áreas definidas en la disposición de los recursos de su entorno.

Al observar el espacio geográfico regional en torno a Mar del Plata se aprecia la convergencia de cinco rutas radiales (de norte a sur 11, 2, 226, 88, 11) cuya presencia no solo implica cauce de afluencia a Mar del Plata sino de efluencia de Mar del Plata hacia el espacio geográfico que le entorna. Simultáneamente es dable apreciar que dichas rutas definen superficies radiales de singularidades paisajísticas naturales y culturales que les diferencia (de norte a sur entre 11 y 2, entre 2 y 226, entre 226 y 88, entre 88 y 11).

Al analizar el espacio regional se advierte además la presencia de cuatro caminos concéntricos a distancias crecientes de Mar del Plata que vinculan las rutas radiales parcial o totalmente y que tiende a definir superficies concéntricas de uso diferenciado, obviamente por proximidad o lejanía de Mar del Plata.

La apreciación de rutas y extensiones permite asignarles condición de sendas y áreas de diferencial interés paisajístico y por tanto potencialmente turístico susceptibles de identificarles al adoptarse una toponimia denotativa, tanto respecto de las sendas radiales (ruta 11 hacia el norte: senda de los médanos, ruta 2: senda de la llanura, ruta 226: senda de las sierras, ruta 88: senda de las colinas, ruta 11 hacia el sur: senda de los acantilados) cuanto de las áreas radiales (de norte a sur: área de la mar chiquito, área de llanos y humedales, área de llanuras y arroyos, área de sierras y lagunas, área de playas y lomadas).

Al realizar similar apreciación respecto de caminos y superficies circundantes permite asignarles condición de sendas y áreas de diferencial utilidad susceptibles de identificarles al adoptarse una toponimia connotativa, tanto respecto de senderos concéntricos (camino de las quintas, camino de las estancias, camino de los pagos, camino a campo traviesa) cuanto de zonas concéntricas (zona periurbana, zona inmediata semirural, zona intermedia rural, zona mediata rural y natural).

Un análisis integral de las condiciones de urbanización, ruralización y naturalización, de conexión vial y de atraktividad, aptitud potencial y accesibilidad permite visualizar en el territorio la presencia de nodalidad turística estructurada en un nodo conformado por el centro (Mar del Plata) y su entorno (territorio adyacente accesible) de interés turístico, donde a través de sendas y senderos se accede a áreas y zonas que acreditan disposición de recursos naturales, culturales y paisajísticos.

En el caso Mar del Plata el estudio identifica opciones turísticas tendientes a afrontar la litoralidad y la estacionalidad de su devenir turístico, los resultados del estudio y la reflexión suscitada por la interacción creciente entre centro y entorno permite asignarle un carácter casi emblemático respecto de la noción de nodalidad turística. La nodalidad actual y potencial apreciada en aquel estudio se acredita en el estudio más reciente realizado a través de encuesta a turistas localizados en Mar del Plata respecto de expectativas y condiciones de uso y goce del entorno natural y rural del centro urbano de Mar del Plata.

El estudio de Olavarría se genera a partir de la solicitud del Municipio de formular un plan de puesta en valor turístico del territorio municipal en oportunidad estar concluido el estudio de puesta en valor de la Cuenca del Salado y comenzarse el estudio de puesta en valor del interior bonaerense a través de Centros Urbanos Bonaerenses.

La aprehensión visual y reflexiva del territorio bonaerense, producto de múltiples travesías de estudio y de consecuentes disquisiciones permitió advertir la relación entre la localidad y su área, entre el centro urbano y su entorno natural y rural, a propósito de las diferentes actividades, conformando incluso un modo singular de habitar, susceptible de asumirse en un singular modo de plantearse la actividad turística.

En el caso de Olavarría, los atributos del territorio y las actividades productivas relacionadas a actividades sustentadas en recursos mineros y agropecuarios signó la modalidad de uso y ocupación del área adyacente definiendo la potencialidad de su incipiente devenir turístico.

En los esquemas de aprehensión del territorio en la micro región adyacente al centro pueden observarse y distinguirse las sendas y las áreas definidas en la disposición de los recursos de su entorno.

Al observar el espacio geográfico regional en torno a Olavarría se aprecia la singularidad natural que le confiere la presencia del arroyo Tapalque, la disposición de cerros y sierras, de colinas y llanuras y se advierte la vertebración territorial que le confiere la convergencia de dos rutas (226 y 76) cuya presencia implican cauce de acceso y penetración, de afluencia y efluencia,



en relación al entorno y al resto del territorio bonaerense. Simultáneamente es dable apreciar que dichas rutas se constituyen en sendas de acceso a áreas de diferentes atributos paisajísticos, naturales y culturales (llanos y lagunas al nordeste de la ruta 226 y sierras y canteras al suroeste de dicha ruta).

Al analizar el espacio regional se advierten en torno a Olavarría asentamientos humanos y productivos acorde a los atributos naturales puestos en valor, así se aprecian los asentamientos humanos de la cuenca minera: Sierra Chica, Villa Fortabat (Loma Negra) y Sierras Bayas y de la llanura agropecuaria: Hinojo, Colonia Hinojo, Colonia San Miguel, Nievas y Colonia Nievas.

La diversidad indicada respecto de lo natural y lo cultural, de extensiones y asentamientos, conectados en torno a Olavarría, confiere diferencial interés, potencialmente turístico, a sendas y áreas, donde la identificación de los asentamientos ya remite a la sierra o a la colonia denotando sus atributos.

Un análisis comprehensivo de las condiciones de urbanización, ruralización y naturalización, de conexión vial y de atractividad, aptitud potencial y accesibilidad, permite visualizar en el territorio la impronta de la nodalidad turística potencial conformada por el centro (Olavarría) y su entorno (extensión adyacente accesible), donde a través de sendas y senderos se accede a áreas y zonas que acreditan disposición de recursos naturales, culturales y paisajísticos de interés.

Si en el caso Mar del Plata el estudio realizado identifica opciones turísticas tendientes a afrontar la litoralidad y la estacionalidad de su devenir turístico, en el caso de Olavarría el estudio identifica la alternativa de diversificación sustentable en la puesta en valor de los atributos naturales y culturales de la nodalidad turística.

Los resultados del estudio y la reflexión suscitada atento la interacción centro - entorno y la capacidad receptiva ociosa de Olavarría permite atribuirle significativa potencialidad a la nodalidad turística identificada.

De los casos de Mar del Plata, de reconocida actividad turística, y de Olavarría, de actividad turística incipiente, puede advertirse la proyección que, en el territorio bonaerense, puede adquirir la aplicación de la noción de nodalidad, actual o potencial, en el desarrollo turístico, al plantear la conjunción centro - entorno en la consideración de recursos y servicios y la proposición de productos y destinos turísticos.

### **Las Flores y Miramar**

La noción de nodalidad que resultara apropiada a la consideración de la problemática turística a escala de las centralidades territoriales de Mar del Plata en el litoral y de Olavarría en el interior, han resultado de aplicación a escala diferente en la aprehensión de la problemática de una localidad de las condiciones de Las Flores en el interior y de un centro turístico de los atributos de Miramar en el litoral.

En el caso de Las Flores, localidad carente de actividad turística y en expectativa de beneficiarse del turismo en tránsito a través de la ruta 3, convocados a plantear opciones de puesta en valor se hizo evidente, considerando atributos, recursos y servicios acotados en disposición e interés, identificar ciertas opciones a partir de una articulación posible de centro urbano y entorno natural y rural como para adquirir entidad de destino recreativo y de eventual unidad de escala turística, capitalizando laguna peri urbana, patrimonio arquitectónico, escuela técnica agropecuaria y estancias de valor testimonial e histórico, en el exigente límite de acogida de sus servicios urbanos actuales.

A los problemas de residencialidad y domesticidad ya referidos en relación a Mar del Plata, al centro turístico de Miramar, actualmente en gradual superación del declive, se suma la exclusiva y estacional apelación a las calidades de la playa como ámbito excluyente de práctica recreativa del turista. La noción de nodalidad en su aplicación ha permitido visualizar las opciones benéficas de una conjunción centro urbano - entorno natural / rural, trascendiendo las restricciones de agotar la naturaleza en el recurso playa y de agotar el centro en el servicio de alojamiento, para integrar el entorno natural y rural del que dan cuenta laguna, bosque y vivero, chacra, granja y estancia y la entidad urbana que le confieren los servicios culturales, recreativos y deportivos.

Al dar cuenta sumaria de la aplicación de la noción de nodalidad turística a propósito de los casos contemplados, podría atribuírsele una excluyente consideración espacial; sin embargo, la noción trasciende lo espacial, por tanto en los apartados inmediatos se trata precisamente de presentar sus implicancias pluri-dimensionales.

#### **4. CENTRALIDAD URBANA Y NODALIDAD TURÍSTICA**

En planificación del espacio turístico, se plantea que dicho espacio es consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos cuya discontinua disposición y diferente densidad hace inexistente la región turística como continuo de atractivos, planteando la detección de agrupaciones y concentraciones y la definición de unidades en relación a su extensión e importancia a partir de una tipología que comprende: zona, área, complejo, centro, unidad, núcleo, conjunto, corredor. (Boullon 1985)

En tal contexto tipológico define el centro turístico como todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de un radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico, planteando su influencia a un área definida por 2 hs de distancia - tiempo en bus (60 - 120 kms), sin perjuicio de la flexibilidad en su consideración y de la diferencia entre el centro urbano diversificado con actividad turística respecto de lo que podría ser un centro turístico especializado en su actividad turística.

Por otra parte, de acuerdo a la función que desempeñan los centros turísticos, plantea una tipología que contempla centros turísticos de distribución, de estadía, de escala y de excursión, en tanto la actividad se funcionaliza al distribuir turistas en el área, al retener turistas en el centro, al dar escala en el itinerario, al abrirse a itinerarios diversos. El núcleo turístico se constituye de un número reducido de atractivos, en aislamiento relativo, y el conjunto turístico

se conforma como unidad incluyente de núcleos que disponen de una planta turística.

Así definida la centralidad turística, la nodalidad turística es un concepto diferente en tanto parte de reconocer entidad urbana a una localidad / comunidad, de considerar unidad integral al continuo urbano - rural, y de plantear función turística, a propósito del centro urbano y del entorno natural - rural, en calidad de atributo, de recurso y/o de servicio.

La nodalidad turística así concebida adquiere sentido en relación a aquella localidad, de cierta magnitud y diversificada en su actividad, cuya posición en el territorio, disposición de recursos / servicios en sí o en su entorno, accesibilidad e interconexión territorial, propensión a innovar en su devenir y predisposición hospitalaria respecto del visitante, le confieren atributos necesarios y suficientes para plantearse una estrategia de desarrollo turístico.

Tales atributos, actuales y/o potenciales, plantean una situación diferencial respecto de los centros turísticos, en cuanto no se trata de la constatación de una situación dada sino de la proyección de una aspiración singular y diferente de puesta en valor y en desarrollo turístico. Actualizar los atributos indicados supone trascender el carácter de centro turístico y asimismo adquirir sus funciones de concentración y distribución, meta y escala, incursión y excursión, en un contexto diversificado de actividades.

## **5. NODALIDAD TURÍSTICA: UNIDAD TERRITORIAL**

La expansión de la actividad turística supone la presencia de turistas en espacios muy diversos sin que ello implique necesariamente que tal espacio sea un espacio turístico; sin embargo, turístico es aquel espacio cuyos atributos y condiciones actuales y/o potenciales le asignan tal afectación y donde la actividad turística se inscribe en una fase del ciclo turístico vital.

De la implicancia espacial dan cuenta una diversidad de criterios que definen el espacio turístico por relación a su ubicación, su disposición, su conformación, su devenir, su desenvolvimiento, su inclusión, su inserción.

Así es menester apreciar su posición en torno a relaciones de centro - periferia de la especialización, de concentración - dispersión de la disposición densa o dispersa, de linealidad - nuclearidad de la conformación dilatada o focalizada, de continuidad - discontinuidad de devenir en el tiempo, de planificación - espontaneidad en la modalidad de su desarrollo, de integración - reclusión de su presencia e inclusión en el territorio, de endo - exo tropismo con el entorno espacial y la organización funcional.

Al margen del diferente alcance por su dimensión y complejidad que algunos autores, entre ellos J. M. Dewailly, reconocen en la secuencia sitio - resort - estación - ciudad atribuible al espacio de afectación turística, las nociones más recurrentes remiten a la región turística en un proceso de síntesis que rescata atributos primordialmente paisajísticos reivindicando su homogeneidad, en tanto el turismo se constituye en agente de organización del espacio que se presenta nuclear, lineal o extensa acorde a su disposición en el territorio. (Dewailly - Flament

2000)

Sin perjuicio de lo expresado y de la adopción de la noción de región en la definición adoptada oportunamente en el estudio de recursos turísticos regionales de mar y sierras, en torno a Mar del Plata, y de la regionalización para la gestión turística provincial del territorio bonaerense, cabe consignar la frecuente ambigüedad y/o indefinición de que es objeto en su frecuente utilización. Ambigüedad similar se reconoce al concepto de país turístico, cuando se disocia de la noción de entidad política, que en apreciación de J-M Dewailly aspira a expresar la unidad de un territorio fuertemente apropiado por sus habitantes correspondiente a una identidad fuerte, fundada sobre proyectos comunes de desarrollo local donde el turismo juega un rol a veces importante.

En tal contexto de nociones, la nodalidad turística, a propósito del territorio bonaerense, da cuenta de un espacio turístico, actual y/o potencial, que procura capitalizar la centralidad cultural / urbana y su entorno natural / rural en beneficio del devenir de la actividad, planteando y propiciando una opción estratégica por la inclusión del espacio interior bonaerense en el escenario de las alternativas turísticas.

En tal sentido, la noción de nodalidad propone una instancia superadora de antinomias, propiciando la articulación centro - entorno, concentración - dispersión, densidad - fluidez, persistencia - innovación, endo - exo tropismo, en un contexto de decisiones deliberadas y acciones programadas. La nodalidad turística concebida propone una relación centro - entorno en función turística que trasciende y supera la opción turística endotrópica, es decir sustentada de modo excluyente en atributos y recursos internos, para plantear la interacción trópica centro - entorno que integra y supera incluso la opción turística exotrópica, sustentada de modo excluyente en atributos y recursos externos.

## **6. NODALIDAD TURISTICA Y EXPECTATIVA TERRITORIAL**

La entidad territorial del nodo turístico como conjunción de centro - entorno no garantiza la viabilidad de la aplicación del concepto de nodalidad a la actividad turística en tanto tal atributo, eventualmente tal estrategia, no se sustente en una apropiada articulación de expectativas - satisfactores, de articulación demanda - oferta, en función de apetencias identificadas y recursos disponibles.

La actividad turística en términos sociales es consecuencia de la presencia, tensión y relación que se plantea entre las necesidades y los satisfactores cuya interacción se produce cuando la necesidad aspira y anhela satisfacción y utilidad y la oferta genera y propone satisfacción y utilidad, susceptibles de conformar el usufructo del tiempo turístico.

En términos de mercado se genera cuando la oferta concibe produce y vende productos - servicios y la demanda compra y consume esos productos - servicios, consumándose el nexo que plasma el intercambio, en la expectativa de satisfacción y rentabilidad para ambos, en elocuente síntesis de Altes Machín. De tal modo, se conectan en la actividad el consumidor / demandante y el productor / oferente en el contexto del mercadeo, donde el marketing actúa como técnica persuasiva de la mediación y el intercambio. (Altes Machin 1995).

Atento que el usuario en la integridad de su práctica social excede el consumidor / demandante de la actividad económica, es necesario abocarse a la problemática de las expectativas del usuario / turista potencial del probable nodo.

Alvarez Sousa en su estudio respecto del ocio turístico da cuenta de estudios micro sociológicos del consumo que contemplan el status social, las condiciones de existencia y los estilos de vida, sin perjuicio de considerar las distintas perspectivas teóricas a propósito estratificación y clases sociales, analizando diversos parámetros de diferenciación social, planteando las múltiples condiciones que inciden en las motivaciones que se canalizan en el tiempo de ocio. (Alvarez Souza 1994)

Diferentes estudios se han ocupado de las motivaciones de viajes que están en la génesis de la actividad turística, conjunto de factores (necesidades, pulsiones, modelos, valores) que impulsan el comportamiento e incitan a experimentar nuevas situaciones o actividades. Así Mc Intosh y Gupta refiere motivaciones físicas, culturales, interpersonales y de status y prestigio, Hudman refiere motivaciones en relación a salud, curiosidad, deporte (participación / contemplación), placer, visita a amigos y familia, profesión y negocio, búsqueda de raíces, autoestima y religión, Scmoll cita motivaciones sociales y competitivas, de educación y cultura, étnicas y de familia, descanso aventura y placer, salud y recreo, sin perjuicio de la incidencia psicográfica del estilo de vida, tipo de personalidad y modo de comportamiento del usuario, atento lo planteado por Tocquer y Zins (citados por J. F. Valls 1996).

Criterios de uso frecuente en la segmentación usuarios / consumidores turísticos acreditan que no media una única vía de segmentación y la pluralidad de vías de consideración admiten diversas modalidades de articulación e integración.

Al respecto, los estilos de vida se expresan en las actividades (comportamiento), los intereses (preferencias), las opiniones (pensamientos) y -en cierto sentido- los valores (creencias) cuya conjunción genera una amplia y diversa tipología de usuarios turísticos. El tipo de personalidad identifica una tipología más incluyente que reconoce el usuario aloéctrico (centrado en lo inusual, de intereses diversos, privilegia la diferencia respecto de aquello que le es propio), psicocéntrico (centrado en lo cotidiano, de interés acotado, privilegia lo afín respecto de aquello que le es propio), semialocéntrico (de búsqueda de experiencias de inmersión en ambiente controlado, excluyendo lo artificial), mediocéntrico (de búsqueda de experiencias de ubicación en ambiente conocido o reconocible, excluyendo lo incierto).

La apreciación de nodalidad en la unidad turística identificada no se agota en la densidad de recursos y servicios sino que debiera expresarse en su convocatoria o competencia, entendida como concepto bidimensional definido por una determinada correlación / congruencia de segmento necesidad - usuario y producto satisfactor - actividad y el negocio turístico concepto tridimensional que integra la tecnología que lo viabiliza. El negocio turístico o recreativo es una forma de obtener beneficio satisfaciendo determinada necesidad cuando esta relacionada con el uso placentero del tiempo libre, turístico o recreativo, en función del tiempo disponible y del traslado necesario.

La satisfacción de cada necesidad requiere la práctica de actividades diferentes que a su vez implican la utilización de recursos, atractivos, infraestructuras, equipamientos y servicios no menos diversos. El negocio turístico o recreativo es una forma de obtener beneficio satisfaciendo determinada necesidad cuando esta relacionada con el uso placentero del tiempo libre, turístico o recreativo, en función del tiempo disponible y del traslado necesario.

Así la necesidad de descansar bajo el sol puede plantear el negocio turismo de sol y playa, en tanto disposición de ciertos recursos y atractivos, susceptibles de puesta en actividad mediante la integración de infraestructura, equipamiento y servicios, definiendo el negocio en satisfacción de la necesidad de un determinado segmento. El negocio turístico o recreativo es una forma de obtener beneficio satisfaciendo determinada necesidad cuando esta relacionada con el uso placentero del tiempo libre, turístico o recreativo, en función del tiempo disponible y del traslado necesario. Si bien se conocen estudios realizados en otros países, en nuestro país no son demasiados los estudios que trascienden exigencias pragmáticas de las estadísticas requeridas por los entes turísticos.

En tal sentido, resulta pertinente dar cuenta de estudios realizados en el curso de actividades de investigación y desarrollo:

**. de la afluencia potencial al uso y goce de recursos turísticos regionales en torno a Mar del Plata.**

En el estudio de recursos turísticos regionales en torno a Mar del Plata, además de la identificación y apreciación de los recursos se planteó la consideración de las expectativas del usuario potencial.

La diversidad de expectativas de los usuarios actuales y potenciales, de acuerdo a lo planteado en aquel estudio, permite conjeturar intereses, disposiciones y connotaciones prevalentes que en el caso de actividades varía en función estacional y de acuerdo a segmentaciones sociales y económicas de los usuarios. De modo sintético se expresan en esquemas de sustento en relación a estratos etáreos y niveles socio económicos:

sustento en función etárea:

Sustento	Estrato	Actividad	Interés
Naturaleza	<i>joven</i>	<i>Intensa</i>	<i>Actuar</i>
naturaleza y cultura	<i>adulto</i>	<i>Fluida</i>	<i>Participar</i>
cultura y paisaje	<i>maduro</i>	<i>Distensa</i>	<i>Contemplar</i>

sustento en función socioeconómica:

Sustento	Nivel	motivación	Connotación
cultura y paisaje	<i>medio alto</i>	<i>Recrearse</i>	<i>Prestigiarse</i>
naturaleza y cultura	<i>medio medio</i>	<i>expresarse</i>	<i>Integrarse</i>
Naturaleza	<i>medio bajo</i>	<i>descansar</i>	<i>Distraerse</i>

Las conjeturas planteadas en el estudio mencionado respecto de las expectativas de los usuarios en función de su estrato etéreo y de su nivel socio-económico resultan de la interpretación de resultados de encuestas realizadas respecto de usos y preferencias en tiempo libre, realizadas respecto del habitante de Mar del Plata y del turista en Mar del Plata hace casi una década, sin perjuicio de coincidencias con encuestas más recientes.

**. de la actualidad y potencialidad nodal de los recursos en torno a Mar del Plata atento las prácticas y expectativas del turista.**

En el transcurso de la investigación al realizarse la encuesta de demanda de la temporada estival 2003/04 se integran al cuestionario preguntas en relación a lugares, localidades y rutas en torno a la ciudad, motivaciones que inducen a pasear y distancia tiempo de traslado limite aceptable para la realización de un paseo o excursión en torno al centro urbano.

Los resultados del estudio realizado tal como se indicara remiten a motivaciones. localidades, lugares, rutas y distancia - tiempo limite aceptable. A propósito de la concepción de nodalidad turística resulta pertinente acotar las referencias a motivaciones y a distancia tiempo limite aceptable por cuanto localidades, lugares y rutas remiten al caso objeto de estudio.

Las motivaciones de los turistas localizados en Mar del Plata durante la temporada que le inducen a hacer un paseo o una excursión en torno a Mar del Plata permite observar que en primer preferencia la prelación es naturaleza a nivel casi excluyente en torno al 60 %, luego paisaje y cultura en torno al 10 %, en tanto que en promedio de las tres menciones de preferencia consignadas se aprecia la prelación naturaleza en torno al 25 %, paisaje en torno al 20 %, cultura y espectáculo en torno al 10 %.

**. de la distancia / el tiempo límite aceptable de jornada recreativa del turista**

La distancia / tiempo limite aceptable para realizar un paseo o una excursión en la jornada por parte de los turistas localizados en Mar del Plata y con respecto al territorio adyacente a Mar del Plata, da una pauta significativa de la distancia / tiempo de traslado para conferir calidad de entorno accesible al área adyacente a un centro urbano, susceptible de consideración a propósito de los nodos turísticos del interior bonaerense destinos probables de turistas del área metropolitana representados en la encuesta.

La distancia / tiempo susceptible de asumir en actividad de paseo o de excursión en jornada define el radio de accesibilidad a los diferentes lugares en torno al centro urbano considerado por parte del turista allí localizado, e identifica el desgranamiento de turistas dispuestos a trasladarse para realizar una jornada recreativa en el entorno en función de umbrales crecientes de distancia - tiempo.

De los resultados de la encuesta mencionada puede advertirse que el 97.7 de los turistas esta dispuesto a transitar una distancia / tiempo de 25 km / 1/2 hora, en tanto el 85.9 de los turistas esta dispuesto a transitar una distancia / tiempo de 50 km / 1 hora, extensión / lapso que se considera apropiada para acceder a lugares del entorno.

Aunque la encuesta se realizara en Mar del Plata, considerando la conformación de la muestra, podría conjeturarse que, en condiciones viales similares, el entorno accesible para un turista localizado en centro urbano del interior estaría definido por un radio de 25 km - 50 km sin perjuicio de advertir que la propensión al traslado varía en relación al interés suscitado por el lugar, el recurso y/o la actividad convocante y que el tiempo de traslado varía en relación a condiciones del territorio, el tipo de vía y el medio de traslado .

### **. conjeturas a propósito del interior bonaerense**

En ausencia de otros estudios susceptibles de constituirse en referencia de la actual y potencial interacción centro - entorno en territorio bonaerense, sin perjuicio de la singularidad del caso Mar del Plata, por relación a la diversidad de su entorno y la conexividad de sus rutas radiales, se considera que permite conjeturar respecto de la disposición y expectativa de un turista potencial en modalidades turísticas bonaerenses.

Las características de los turistas que se localizan en temporada estival en Mar del Plata constituyen un mercado potencial para actividades de uso y de consumo en nodos turísticos del territorio interior bonaerense que no puede ser subestimado.

Si el nodo turístico integra la atractividad cultural del centro y rural y natural de su entorno, presenta la conectividad suficiente entre centro y entorno y dispone en el centro de aptitud necesaria y suficiente para la actividad turística al nivel de su fase de desarrollo y dispone de accesibilidad desde / hasta el centro emisor, atento la encuesta realizada puede afirmarse que media disposición de hacer destino de los centros y media posibilidad de articular centro - entorno en nodos de interés.

A los atributos de los recursos identificables en el territorio interior bonaerense, en correspondencia de centros urbanos en aptitud receptiva y turística se suman condiciones propicias de la demanda de área metropolitana, interior bonaerense e interior del país encuestada en Mar del Plata:

. la motivación prevalente de paseo donde la naturaleza y el paisaje alcanzan una apreciación relevante y la cultura y el espectáculo un alcance significativo;

. la disposición a conocer localidades desconocidas del entorno del centro urbano, sin perjuicio del agrado expreso de localidades conocidas;

. la presencia de atributos motivantes en los recursos dispuestos en torno a centros urbanos bonaerenses a distancias accesibles, dentro del tiempo distancia límite del turista allí localizado, coincide en aquellos que poseen automóvil, crece en aquellos que se alojan en hotel y se incrementa en relación a aquellos de nivel socioeconómico de nivel alto, modalidades más probables del turista potencial del territorio interior bonaerense.

Al margen de las diferencias obvias que pueden plantearse entre Mar del Plata, centro de localización de los turistas de temporada encuestados, y los centros urbanos bonaerenses



identificables como nodos turísticos actuales o potenciales, los resultados de la encuesta realizada a un universo significativo de turistas en aptitud de realizar turismo en territorio bonaerense, permiten identificar motivaciones prevalentes y tipología de lugares interesantes y distancia / tiempo apropiados de integración centro - entorno en nodos turísticos.

Las conjeturas realizadas en relación al turista potencial se inscriben en la definición relativamente reciente del geoturista que se distingue del turista urbano, deportivo, geoexperto, tradicional, deportivo, expectante y autoindulgente de tal tipología, al identificar en el geoturismo a aquel que sustenta y protege las características geográficas del lugar visitado, respetando su medio ambiente, su cultura, su estética, su herencia y promueve el bienestar de sus residentes.

## **7. NODALIDAD TURÍSTICA E INTEGRACIÓN ASOCIATIVA**

La gestión y prestación del servicio de una o de varias empresas de uno o de varios de los servicios turísticos no hace a la entidad nodal del producto turístico ni del destino turístico, en tanto a la disposición nodal del territorio, consecuencia de la articulación centro - entorno, es menester acreditarle la nodalidad productiva consecuencia de mediar una apropiada asociatividad en el sector.

El producto turístico - unidad experiencial del turista - y el destino turístico - unidad de tiempo y lugar de la actividad turística - trascienden al empresario turístico singular y suponen la presencia de múltiples relaciones e interacciones entre emprendedores y empresarios de los más disímiles servicios en las más diversas ubicaciones del nodo turístico, sea en el centro urbano o en el entorno natural o rural, incluso en relación a aquellos que operan en el lugar de origen y en el traslado al destino.

La noción de nodalidad y de asociatividad resultan ser recíprocamente necesarios cuando se trata de la actividad turística en tanto práctica de articulación espacial e inserción social de alcances productivos e implicancias políticas. La cualidad asociativa se torna en la actualidad necesaria entre las unidades e entidades que se disponen en el nodo turístico de destino, en tanto área de atracción y acogida y entre las unidades, unidades y entidades en el lugar de origen del turista, en tanto centro de emisión y efluencia, y aquellas que se plantean en relación a la generación, cauce y dinámica del traslado, en tanto mediación de los flujos turísticos actuales y potenciales.

Las opciones de asociatividad, es decir de articulación de intereses involucrados en la actividad turística, son diversas y múltiples, obviamente no excluyentes y se plantean en la acción privada, pública y social y a diferente nivel: nacional, regional y local y en la interacción de sectores y niveles.

### **a nivel privado**

La asociatividad entre unidades de servicios turísticos puede plantearse diferentes alcances y diferentes propósitos. De tal modo, es concebible y viable plantear diversas alternativas de asociatividad:

*empresarial:*

entre unidades de servicios receptores y unidades de servicios emisores  
agencias de una u otra ubicación y función;  
relación entre agentes del nodo y de otras localidades  
primordialmente de la región y del territorio bonaerense

*sectorial:*

entre unidades de servicios similares  
unidades de servicios de alojamiento o restauración o recreación;  
relación entre empresarios de cada servicio para promoverse  
en calidad de opciones, sin perjuicio de diferenciarse

*transectorial:*

entre unidades de servicios diferentes  
unidades de servicios de alojamiento y restauración y recreación;  
relación entre empresarios de servicios complementarios  
para acreditarse e integrarse  
en función de un perfil similar de usuario actual y potencial

*territorial:*

entre unidades de servicios en función de senda o nodo territorial  
vecinos de la calle o vecinos del lugar o del área receptiva;  
relación entre empresarios de un mismo lugar  
para reivindicar el lugar y garantizar su identificación y accesibilidad

*transterritorial:*

entre unidades de servicios similares del lugar de destino y de origen del usuario  
unidades de servicios en origen y en escala y/o en destino;  
relación entre empresarios de cada servicio con empresarios afines  
de otras localidades para acreditarse a distancia ante un usuario potencial

*productiva:*

entre unidades de servicios y unidades de proveedores de insumos de bienes y servicios  
eslabones de la cadena de restauración (restaurante - proveedores);  
relación entre empresarios de una secuencia productiva  
de insumos - consumos, generada en servicios turísticos

La asociatividad postulada entre emprendedores y empresarios excede las posibilidades de aquella concebida al único fin de recíproca difusión y puede concebirse y plantearse en una o varias de las diferentes finalidades asociativas que en beneficio recíproco o compartido resultan de concertar acciones de información, facilitación, promoción, programación, ordenación, acreditación recíproca, etc.

A cada emprendedor o empresario le corresponde optar por la finalidad y modalidad asociativa más oportuna y apropiada para su situación específica en su circunstancia concreta.

### **a nivel público**

La asociatividad entre unidades de gestión pública, municipal y provincial, de incidencia turística, puede definirse en términos de cooperación y plantearse a diferentes alcances y con diferentes propósitos. La cooperación adopta modalidades diferentes respecto de aquellas que implican las actividades privadas. Sin perjuicio de la diferencia, es concebible y viable plantear diversas alternativas de asociatividad en cooperación:

#### *institucional transversal*

entre áreas / unidades de la municipalidad de competencia turística y de competencias involucradas en la actividad turística

áreas / unidades de gestión pública territorial y/o funcional;  
cuya actividad y competencia incide en la actividad turística  
de articulación a nivel del municipio

#### *institucional horizontal*

entre áreas / unidades de diferentes municipalidades de competencia turística y de competencias involucradas en la actividad turística (sectorial o territorial)

áreas / unidades de gestión pública territorial y/o funcional;  
cuya actividad y competencia incide en la actividad turística  
de articulación entre municipios

#### *institucional vertical*

áreas / unidades de los diferentes niveles de gestión pública, de competencia turística y de competencias involucradas en la actividad turística, obras, servicios y administración

áreas / unidades de gestión pública territorial y/o funcional;  
cuya actividad y competencia incide en la actividad turística  
de articulación municipio - provincia - nación

#### *integral*

entre unidades / instituciones de gestión pública y de gestión privada

unidades de servicios públicas y privadas de gestión turística;  
relación entre agentes públicos y operadores privados  
de articulación y cooperación integral

### **a nivel social**

La asociatividad entre unidades / entidades instituciones de acción social en sus diferentes dimensiones (cultural, ambiental, social, etc.) a definirse en términos de cooperación y plantearse a diferentes alcances y con diferentes propósitos.

La cooperación adopta modalidades diferentes respecto de aquellas que implican las actividades privadas y públicas y con frecuencia el turismo se inscribe como actividad entre otras actividades institucionales que conforman el multi propósito de interés social que les preocupa y promueve, les integra y ocupa, en la satisfacción de las aspiraciones y necesidades sociales

convocantes.

En relación a la actividad turística suelen destacarse entidades sociales relacionadas a la problemática natural y cultural, recreativa y deportiva, urbana y ambiental, sin excluir aquellas que hacen de la problemática y aspiración de los diferentes estratos etéreos su entidad convocante.

### **interacción asociativa de sectores y de niveles**

La asociatividad postulada en cada uno de los sectores y a cada uno de los niveles no cubre las posibilidades de asociatividad susceptibles de concebir y adoptar en relación a la actividad turística si se aspira a conformar un destino turístico y a estar presente en el contexto de las opciones turísticas de la sociedad y/o del mercado, tampoco si pretende conformar un nodo turístico convocante en el territorio. Tales aspiraciones y oportunidades exigen cubrir diferentes necesidades y finalidades asociativas, en beneficio recíproco o compartido que resultan de concertar acciones de información, promoción, programación, ordenación, acreditación, etc.

La actualidad turística da cuenta de diferentes modalidades de asociación pluri dimensional, pluri sectorial y pluri jurisdiccional en concepción y en actuación que dicen de experiencias disímiles y de resultados diferentes. Así en la realidad se advierten más opciones asociativas surgidas de la espontánea disposición de afrontar un problema y de la reproducción a-crítica de instituciones, que de la deliberada integración de una unidad / entidad asociativa específica y eficiente.

## **8. NODALIDAD TURÍSTICA E IMAGEN DE MARCA**

La nodalidad turística sustentada en la disponibilidad actual y potencial de recursos y servicios a través de la articulación de centro urbano y entorno natural / rural han de constituir una opción en el devenir turístico del interior bonaerense en la medida de disponer de los requisitos necesarios a la actividad expresados en la atractividad, accesibilidad y aptitud funcional, atributos turísticos, en su predisposición a la actividad y propensión a la innovación que implica y en la motricidad en relación a una estrategia de desarrollo local, atributos de la comunidad, que confieran sentido integral a la actividad turística, es decir, trasciendan la sectorialidad del crecimiento producible.

Los atributos indicados no agotan las condiciones necesarias y motrices para la puesta en valor y en curso de la actividad turística, en tanto exige la concepción de productos apropiados y apropiables y la generación e identificación del destino nodal.

Dar cauce a productos reconocidos posibles o generar productos innovadores deseables en el nodo, a fin de instalarles en el universo de las opciones turísticas, implican actividad al alcance de la responsabilidad sectorial, pública y privada. Sin embargo, generar un destino turístico implica asumir y superar un desafío que excede la sectorialidad turística y exige la integralidad de su identificación, su internalización, su comunicación y su difusión.

En tal sentido, se estima pertinente desarrollar reflexiones originalmente planteadas en estudios precedentes, en los estudios de recursos turísticos regionales y de la Cuenca del Salado (Mantero, 1998 y 2002).

El incremento de la competitividad, la saturación informativa y publicitaria y la cambiante disposición del receptor, han producido la obsolescencia de los modos y recursos de la identificación y difusión tradicional en la comunicación que impone una presencia diferente del emisor social en las técnicas de comunicación y en los procesos de identificación (Chaves 1988)

El nuevo esquema comunicacional desplaza el valor de aquello que es objetivo -el producto- hacia lo que es subjetivo -el productor- trasladando los contenidos de la comunicación hacia la identidad del emisor, planteando la problemática de la identidad institucional, produciendo un traslado de la comunicación de los productos y servicios a las empresas e instituciones, restaurándose la primicia de la imagen respecto de la realidad.

La esfera privada y la esfera pública se aproximan y se transfieren las connotaciones, procurando denotar el interés social público y la eficiencia económica privada inversamente atribuidas en origen, constituyendo en ámbito único de emisión el anuncio y la noticia.

A la acepción que presenta la imagen en su condición objetiva que se presenta como representación del emisor se afronta la acepción que presenta la imagen como expresión intencionalizada percibida, representación mental del receptor.

La imagen de marca se forma a partir de las acciones cotidianas de todos los actores que integran la empresa (Heude 1989) y se une a la percepción que hace cada uno de los públicos y de las personas, la imagen es lo verosímil por excelencia, es lo imaginario que produce un efecto de realidad (Chaves 1988).

Concebida la imagen de marca de un país, se convierte en sinónimo de estado de opinión activo y generado... la marca se considera un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de estos elementos, cuyo objetivo es identificar bienes y servicios de una organización que sirva para diferenciarla eficazmente en un entorno donde existen otros productos, otros servicios u organizaciones similares (Valls 1992)

La imagen de marca de país es la percepción que tienen los usuarios directos, indirectos, reales y potenciales del elemento geográfico considerado, diferente respecto de la imagen institucional de una empresa, en función de la sensibilidad que asume aquello que invoca y evoca en la diversidad de dimensiones comprometidas.

La noción de país en sentido territorial, de lugar, de paese como unidad localidad - comunidad, a nuestro criterio bien puede ser de aplicación a la nodalidad centro - entorno concebida.

Estudios de marca país se realizan en el propósito de dar unidad a las diferentes acciones que reivindican acción y producción, creación y obra, en función de identificación, comunicación y persuasión.

En el caso que nos ocupa, en la indiferenciada continuidad del territorio interior bonaerense, cabría plantearse la entidad del nodo, articulación e integración de centro urbano - entorno natural / rural, como destino turístico y unidad de marca diferencial, que bien podría entenderse marca nodal, submarca en contexto provincial o nacional.

El uso y la utilidad de la imagen de marca de país en el caso de nodalidades turísticas del interior bonaerense puede adquirir singular trascendencia, aún en la complejidad de su gestión, en tanto daría soporte no solo a la actividad turística sino a la exportación regional de bienes y servicios, a la atracción de inversiones, a las diferentes potencialidades que aspire realizar.

La identificación a través de la definición y promoción de marca de país a propósito de las nodalidades no se agota en los beneficios económicos susceptibles de producir mediante una acción mercadotécnica sino que adquiere una potencial significación cultural en tanto exprese y se nutra de las aspiraciones de su comunidad.

La marca nodal ha de asumir la imagen que expresa la localidad cuanto la comunidad, la tradición cuanto la proyección, la actualidad cuanto la potencialidad, por tanto la innovación radica en plantear su Identificación en la polisemia de la noción de destino (fuerza desconocida que se cree obra sobre los hombres y los sucesos / encadenamiento de sucesos considerado como necesario/ consignación, señalamiento o aplicación de un lugar para determinado fin / empleo, ocupación / meta, punto de llegada) que bien incluye destino social y destino turístico según sea su acepción.

En tanto el destino turístico se conforma de la asociación de los recursos / servicios integrables, producto global e integrado, en la proposición de nodalidad turística implica reivindicar la interacción centro urbano - entorno rural / natural, en su actualidad y en su potencialidad turística.

La marca nodal, implica el centro y el entorno y les integra en su identificación, asociando lo cultural y lo natural, expresiones tales como mar y sierras en el caso de Mar del Plata o de sierras del Tandil en el caso de Tandil, constituyen expresiones sumarias de identificación así lo acreditan.

La convocatoria al turista es necesaria al desarrollo turístico de los nodos y la conjunción centro - entorno, allí donde media densidad del uno y diversidad del otro lo tornan factible en función de la pluralidad recreativa susceptible de sustentar.

La interrelación de los recursos naturales y culturales y la puesta en valor que propone la concepción del nodo turístico, les identifica en opción recreativa para el turista, sin perjuicio de constituirse en opción recreativa del habitante del centro y localidades de la región, no solo en la finalidad de atender a su satisfacción psico-social sino de contribuir a la redistribución regional de la economía urbana.

De allí se infiere que la gestión de la nodalidad trasciende lo turístico e incluye lo recreativo, por tanto su identificación trasciende la responsabilidad pública y privada y sugiere plantear la

responsabilidad social.

La habitual disociación de la localidad en lo urbano y lo rural, acreditando los atributos de uno en la diferencia respecto del otro, prescindiendo del atributo de su su interacción, exige una concepción que les integre en la actuación y en la identificación, por tanto en la expresión de marca. En tal sentido, a propósito del tema que nos ocupa todavía no se ha asumido plenamente la sinergia de una eficiente interacción de la actividad turística y la actividad recreativa, en función del medio ambiente del continuo urbano - rural / natural.

La connotación jurisdiccional del Partido y administrativa del Municipio ha excluido la noción de país en su sentido de territorio compartido y de comarca en tanto países confines, nociones que, al reivindicar lo local en la gestión del desarrollo, adquieren sentido innovador y proponen recrear la relación de las personas con su territorio.

A propósito del tema cabe advertir la importancia de la construcción de la imagen corporativa, construcción que en el caso de un destino nodal se trata de una empresa social de puesta en valor y en desarrollo de la actividad turística, en cierto sentido de la construcción simbólica de un proyecto de apertura e innovación de localidad / comunidad.

## **9. NODALIDAD TURÍSTICA Y ACTIVIDAD RECREATIVA**

La actividad recreativa todavía no ha adquirido entidad, considerando su significación en relación a la calidad de vida del habitante y en su contribución la economía social, ni ha obtenido apropiada inserción en la gestión estratégica de lo local, teniendo en cuenta su incidencia en la atracción y satisfacción del turista y en su impacto matriz en el negocio turístico.

En tal sentido, la actividad turística a veces acentúa la distorsión recreativa del recurso concebido y promovido en función exclusivamente turística, torciendo y desequilibrando la relación del centro urbano con su entorno, de la comunidad con su país.

La actividad recreativa en relación a los recursos naturales y culturales del país, al adquirir sentido de escenario y paisaje para los residentes, permite re-centrar la relación del centro con su entorno que, además de promover una fructífera interacción de puesta en valor y en desarrollo, al conferirle sentido de país al nodo, hace paisano del ciudadano.

El ciudadano puesto en paisano, permite que a partir de la actividad recreativa en el entorno natural y rural donde se inscribe cada centro urbano, mediante la realización de actividades recreativas itinerantes en su entorno y el desarrollo gradual de actividades localizadas en lugares de interés, se genere la apertura al turista de un territorio actualmente excluido de sus expectativas.

A nuestro criterio y en tal finalidad, adoptar una toponimia apropiada plantea una resignificación de los espacios que participan del centro y del entorno de los diversos nodos, susceptible de comunicar y difundir la diversidad de alternativas de aquello que se desconoce o se subestima

en sus atributos naturales y culturales relevantes.

La lectura de centro y entorno del nodo, en función de sus características ambientales y paisajísticas, ha de permitir aprehender conceptualmente la diversidad de proposiciones vivenciales del territorio adyacente induciendo al habitante a reconocer su ambiente más allá y más plenamente el hábitat que ocupa.

La identificación de áreas, sendas y núcleos, en su correlación con ambiente y paisaje, permite poner en consideración aquel objeto que, por otros medios y programas, se aspira a poner en valor y en desarrollo turístico, haciendo precisamente del habitante del lugar el usuario preferente y el difusor original de las utilidades recreativas de los atributos naturales y culturales de la nodalidad construida en la conjunción de centro y entorno.

**NOTA**

La bibliografía genérica y específica se incluye en la bibliografía asignada en páginas 182 a 185.