

El paisaje de Mar del Plata como producto turístico. Puesta en valor y en desarrollo sustentable

Arq. Ricardo Dosso, Lic. Maria Julia Muñoz, Lic. Natalia Borthiry⁸⁶

INTRODUCCIÓN

El paisaje como recurso es un componente habitualmente considerado en el ideario turístico como un marco envolvente de la actividad valorado en su condición de escenario contemplativo. Sin embargo y a la luz de las condiciones complejas de su concepción actual, su consideración remite a un enfoque plurisensorial y pluridimensional que trasciende la tradicional consideración meramente estética. La política turística de Mar del Plata apela a la diversificación de opciones sostenibles a lo largo del año con la finalidad de desestacionalizar la actividad. Entre las opciones de productos más ensayadas no se advierte la potencialidad productiva del paisaje subestimado en su obvia condición de atracción complementaria y bien heredado merced a sus condiciones naturales de origen – el mar, las playas, estribación serrana – y de un patrimonio histórico edilicio en franco deterioro. La ponencia que se expone se inscribe en el Proyecto El Paisaje de Mar del Plata como Producto Turístico, proyecto de investigación-acción que aspira a la puesta en valor y en desarrollo del paisaje como sistema integrado pluridimensional susceptible de convertirse en producto competitivo, instalable y escenario turísticamente protagonizable.

OBJETIVOS

1). Conceptualizar el universo pluridimensional y multidisciplinar del paisaje; 2). Analiza y evaluar la actualidad y potencialidad del escenario paisajístico. Realizar un diagnóstico de actualidad y potencialidad; 3). Proponer un sistema de recomendaciones de acción y actuación orientado a la gestión pública y privada a través de un sistema de estrategias y proyectos indicativos para su puesta en valor y en desarrollo contemplando las dimensiones, campos de actuación y unidades de gestión involucrables.

⁸⁶ Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250. CP 7600. Mar del Plata. rh2so@hotmail.com / borthiry@mdp.edu.ar / mjmunoz@capitalcreativo.com

METODOLOGÍA

1). Tipificar, clasificar, categorizar y especializar los recursos paisajísticos en todas sus dimensiones y enfoques. 2). a. Analizar y evaluar la actualidad y potencialidad del sistema paisajístico aplicando técnicas de intervención de expertos y de participación pluri-actoral y técnicas A.A.A; b. evaluación económica, físico-ambiental y social e identitaria; c. las combinaciones recursos paisajísticos-perfil de preferencias. 3). Identificar unidades paisajísticas articulables e integrables en un sistema de productos y subproductos. 4). Realizar una síntesis diagnóstica de estado y calidad de las unidades paisajísticas y los requerimientos de acción y actuación gestonaria necesaria para su puesta en valor y en desarrollo. 5). Proponer un sistema de recomendaciones de acción y actuación para su puesta en valor y en desarrollo como producto turístico dirigidas a las unidades de gestión involucrables.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Los resultados aspiran a la formulación de un sistema de estrategias y proyectos de acción y actuación para la puesta en valor y en desarrollo del paisaje de Mar del Plata como producto turístico integrado y opción de consideración en el sistema de mercado turístico. Las contribuciones aspiran a constituir un aporte práctico para la gestión al tiempo que una contribución conceptual y metodológica para la formación en turismo.

Palabras Clave: paisaje - puesta en valor - producto turístico - Mar del Plata