Universidad Abierta Interamericana

"Impactos Socioculturales en la localidad del Tigre como consecuencia del desarrollo Turístico generado durante el período 2002-2008"

Alumno: Rocio Rebord
Legajo: 19.635
Licenciatura en Turismo

Año lectivo 2008

Índice:

Presentación
Titulo descriptivo del Trabajo……..Pág. 4
Formulación del problema……...Pág. 4
Justificación de la investigación.……....Pág. 4
Propósitos……..……...Pág. 5
Objetivos…….Pág. 6
Hipótesis……Pág. 7
Limitaciones……...Pág. 8
Antecedentes previos……..Pág. 8
Operacionalización de variables……..…...Pág. 12

Marco de referencia Conceptual
Turismo Cultural……..Pág. 15
1.1.Importancia de la cultura para el Turismo ……Pág. 15
1.2. ¿Qué se entiende por Turismo Cultural?..... Pág. 16
1.3. Patrimonio Cultural……Pág. 18
1.4. Gestión del Patrimonio y Turismo Cultural …… Pág. 19
1.5. Patrimonio y sustentabilidad……Pág. 21
2. Impactos Turísticos……..……... Pág. 21
2.1. Impactos Socioculturales……..Pág. 22
2.2. Impactos Económicos del Turismo……..Pág. 32
2.3. Impactos Medioambientales del Turismo…… Pág. 34
3. Principios fundamentales del desarrollo en la actividad Turística…… Pág. 35
4. Desarrollo Sustentable……..Pág. 36
4.1. Turismo Sustentable……...Pág. 39
5. Planificación turística……..……...Pág. 39
6. Capacidad de Carga…….....Pág. 23

Relevamiento del Tigre
Introducción……Pág. 42
Generalidades……Pág. 43
Características Generales……Pág. 44
Historia del Tigre……Pág. 47
Medios de Acceso……..Pág. 55

Inventario Turístico
Sitios Naturales……..Pág. 58
Museos y manifestaciones culturales……Pág. 63
Folklore……Pág. 74
Acontecimientos programados……Pág. 80

Planta turística
Alojamiento……Pág. 84
Alimentación……..Pág. 89
Esparcimiento……Pág. 96

Instrumentos de investigación
Encuesta……Pág. 102
Entrevista……Pág. 106

La observación científica…… …….Pág. 108
Análisis de los resultados..…… .Pág. 112
Conclusiones finales…….Pág. 119
Anexo I Entrevistas documentadas……Pág. 124
Anexo II: Artículos periodísticos……..Pág. 128
Bibliografía…… ……Pág. 142

Área: Turismo Cultural.

Titulo descriptivo del trabajo: Impactos socioculturales en la localidad del Tigre como consecuencia del desarrollo turístico generado durante el periodo 2002-2008.

Tema: Impactos socioculturales.

Formulación del problema: ¿Cuáles son los impactos socioculturales que se produjeron en la localidad del Tigre como consecuencia del desarrollo turístico, durante el período comprendido entre el 2002-2008?

Justificación de la investigación:

EL tema elegido se plantea a raíz de detectar un importante crecimiento del desarrollo turístico de la localidad del Tigre, a tal punto de ser hoy uno de los principales centros excursionistas, y recreacionistas del país, y con un destacado reconocimiento a nivel internacional; es por su gran importancia, y su rápido crecimiento turístico, que se pretende establecer si el mismo provocó impactos socioculturales en el destino y en su población local, y si estos fueron positivos o negativos para la misma.

El poder detectar cuales son los impactos socioculturales que generó el desarrollo turístico en la localidad del tigre es imprescindible para el destino, ya que ayuda a conocer como esta actividad afecta a sus residentes, al lugar y cual es la calidad de la experiencia del turista. Permite tener en cuenta que aspectos deben ser considerados a la hora de hacer Turismo, logrando una mejora en las principales atracciones ofrecidas por el destino, como así también sus infraestructuras y facilidades, dando como resultado una buena experiencia turística del visitante y una mejora en la calidad de vida del residente.

El turismo como actividad es fundamental para el desarrollo económico de una ciudad o localidad, ya que contribuye al equilibrio en la balanza de pagos, fomenta la creación de empleo, así como también es uno de los principales motores de la actividad empresarial, ya que estimula el crecimiento de la demanda de bienes locales y el nivel económico del destino. Es por esto que en ocasiones puede quererse explotar dicha actividad al máximo adaptándose al consumo del turista, quebrantando la identidad del habitante de su tierra; sin tener en cuenta la preservación de la cultura local. Por esta razón es de vital importancia que el turismo sea planificado, y tener en cuenta cuales son los impactos socioculturales que el mismo produce en la sociedad local, para obtener, como ya se mencionó anteriormente, una buena experiencia del turista, así como lograr un buen nivel de vida para los residentes.

También es de vital importancia conocer si el desarrollo que tuvo lugar en dicha localidad se planteó desde un aspecto sustentable, si fue organizado y

planificado; o si bien se dio en forma desorganizada. Debido a que un desarrollo turístico es fundamental que sea sustentable, sostenible, y planificado, la expansión poco meditada de la actividad turística puede tener una serie de efectos negativos que pueden dañar los factores claves del destino turístico (como la naturaleza, la cultura, y el capital humano), o restarle valor al carácter de único del lugar de destino, haciéndolo menos atractivo. Lo que trae consecuencias negativas para la población local, el turismo, el medio ambiente y la economía de la región. Por lo cual es imprescindible tomar en cuenta al momento de planificar un desarrollo el carácter sostenible del turismo.

Propósitos:

El propósito de esta investigación es lograr detectar si el desarrollo Turístico del Tigre durante el período comprendido entre el año 2002-2008, produjo impactos socioculturales en dicha localidad; esto es beneficioso para la población local, ya que hoy en día el Turismo es una de las principales actividades económicas, por lo que es importante saber cuales son las consecuencias que puede provocar en un destino turístico, a fin de evitar o graduar los impactos negativos, y aprovechar los impactos positivos.

El propósito fundamental de esta investigación reside en conocer si realmente con el Turismo puede producirse un deterioro en la cultura local, como en el patrimonio cultural, o por el contrario puede provocar efectos positivos; como un aumento en el interés de los residentes por su propia cultura, una revitalización de las costumbres locales, la preservación del patrimonio histórico, o una mejora en la calidad de la infraestructura (sanidad, transporte, educación, calles y avenidas, seguridad, etc.). Esto con el fin de lograr llevar a cabo proyectos de desarrollo turístico pensando en la planificación y el desarrollo sustentable, para evitar estos impactos negativos perjudiciales para la cultura del destino, y logrando una mejora en la calidad de vida de la población local y una buena experiencia turística para los visitantes.

Objetivo general de la investigación:

Conocer cuáles fueron los impactos socioculturales que se dieron en la localidad del Tigre durante el período comprendido entre el año 2002 hasta el 2008, como consecuencia del desarrollo turístico.

Objetivos específicos:

1. Identificar si el desarrollo turístico que se dio en el Tigre durante el periodo comprendido entre los años 2002 y 2008, afectó a las sociedades receptoras en cuanto a su comportamiento diario de vida.

2. Conocer si el desarrollo turístico del Tigre entre el período 2002-2008 ayudó a estimular el interés de los residentes por la cultura propia.

3. Relevar si el desarrollo turístico provocó una desculturización del destino Tigre.

4. Conocer si el desarrollo turístico contribuyó a la preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, y lugares históricos.

5. Analizar si se produjeron cambios en la infraestructura, atractivos y equipamiento del Tigre.

6. Saber si a raíz del desarrollo turístico se generaron nuevos puestos de empleo en el Tigre.

Hipótesis:

- El desarrollo turístico que se produjo en el Tigre durante el período comprendido entre en 2002-2008 provocó impactos socioculturales positivos en dicha localidad, ya que el turismo es una actividad que puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia; puede contribuir a la preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, y lugares históricos. Esto junto con una mejora en las infraestructuras y facilidades ayuda a lograr una óptima calidad en la experiencia turística.

- El desarrollo turístico que se produjo en el Tigre durante el período comprendido entre el 2002-2008 provocó impactos socioculturales negativos en dicha localidad, ya que el turismo puede generar una desculturización en la población local, así como una perdida de las tradiciones locales; lo cual puede significar una perdida de los atractivos que iniciaron el flujo de visitantes.

La actividad turística, por otra parte puede generar una intolerancia en la población local como consecuencia de una alta presencia de turistas, los cuales pueden percibirla provocando una mala experiencia turística.

Limitaciones:

Información: la dificultad de rastrear la información necesaria para reconstruir el desarrollo turístico del Tigre, y su influencia en la cultura, ya que no es abundante la información respecto al Tigre y su Cultura, por lo que no es fácil conseguir datos específicos al respecto,

Antecedentes previos:

Luego de realizar una investigación previa respecto a programas, estudios, ponencias y Congresos, que traten el Turismo y la Cultura he encontrado varios trabajos ricos en contenido tales como:

- "El Turismo y la autenticidad": Una propuesta relacional para el estudio de la interacción entre nativos y turistas en la comunidades locales. III Encuentro de Turismo Cultural NAyA, Buenos Aires 30-31 de Octubre y 1 de noviembre del 2003.
- "Educar para la valorización del patrimonio y los recursos de la ciudad", proyecto educativo llevado a cabo por Mariana Gimenez y Claudia Caracoche.
- "Primer Congreso Argentino de Cultura", ponente Elio Kapszuk.
- III Congreso Virtual de Turismo Cultural: "Los derechos Humanos en el Turismo", marzo del 2005.
- "Valorización turística sostenible del patrimonio cultural: problemas, desafíos y elementos de respuesta." Cátedra UNESCO de Turismo Cultural Untref/Aamba; lunes 5 y martes 6 de mayo de 2008. Máximo ponente Bernard Morucci.
- I Foro de Turismo Delta Bonaerense; lema: "la construcción de un destino turístico de calidad y sus efectos en la economía local", 3 y 4 de octubre del 2007, Club de Regatas de La Marina de Tigre, Sus organizadores, Tododelta A.C.E (un grupo de prestadores turísticos), convocaron a los principales referentes tanto del sector público como privado. Funcionarios y empresarios expusieron sus conocimientos y opiniones sobre diversos aspectos de la problemática del turismo en la zona.

Los debates y ponencias surgidos de estos encuentros han sido antecedentes de esta investigación aportando información clave para el desarrollo de la misma.

Dentro del Proyecto ***"Educar para la valorización del patrimonio y los recursos de la ciudad"*** se puede extraer lo siguiente:

"La cultura como valor"

La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre si mismo.
Identidad; todas las ciudades tienen sus propias señas, su carácter, su singularidad, y ese es su patrimonio. El conjunto de legados que comprometen, la historia de nuestras ciudades trasciende el plano de lo cultural, aquellos valores contenidos en la vida cotidiana, el uso de esos lugares, el recuerdo, el cantar, etc.

En base a estos estudios puede detectar la importancia que la cultura tiene en un destino turístico, ya que hace a la esencia del mismo, sin su propia cultura los mismos carecen de valor, y pierden el interés original que tiene un turista al visitar un destino, es por esto la importancia de la misma, el cuidado y tratar de no perjudicarla con el turismo y sus impactos.

El patrimonio es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios. Ello implica un proceso de reconocimiento, de unos elementos como parte del bagaje cultural y su vinculación a un sentimiento de grupo. Reconocida en el la comunidad se presenta en otros.

"Primer Congreso argentino de Cultura"; como principal ponente encontramos a Elio Kapzluk, quien propone a este congreso como bisagra de la planificación de políticas culturales publicas.
Elio hace referencia al nuevo trío del cual depende el futuro del turismo cultural; este se basa en la Identidad, la diversidad cultural y la globalización.
La identidad moderna en nuestro país, es la diversidad, la cual nos constituye, nos debería comprometer a generar procesos que nos permita gestar la unidad en la diversidad. La globalización contrariamente ha generado un proceso de perdida de la identidad.
Kapzluk hace referencia a la relación entre turismo y cultura, plantea que se deberían generar puentes sólidos entre las áreas de turismo y cultura para promover desde esas áreas y en forma conjunta programas de turismo cultural., ya que la cultura y el turismo son fenómenos importantes para el desarrollo de las sociedades; el reconocimiento y difusión de nuestro patrimonio cultural permite un crecimiento económico, social, político y cultural.

Entre los objetivos expuestos en el Congreso se destaca: promover, coordinar, apoyar desde la función publica, políticas del turismo cultural con el fin de promocionar el destino para su desarrollo. Por otra parte se pretende fortalecer y preservar las particularidades de los grupos étnicos, religiosos y culturales que conforman la Argentina consolidando la identidad a partir de la promoción y el desarrollo de las distintas lenidades que lo conforman.

Turismo Cultural, es una sinergia entre turismo y cultura, es un modo de recuperar una identidad, de reencontrarse con el pasado, de reconocer y reconocerse en geografías donde se arraigaron parte de nuestras raíces. Es también un medio para el desarrollo y la generación de empleo. Es la posibilidad de conocer al otro, es una herramienta eficaz contra la intolerancia y la xenofobia, es una apuesta por la identidad colectiva de construcción permanente y por la convivencia en diversidad.

Kapzulk hace referencia a otro aspecto importante que es el producto, un buen producto es el que cuida al patrimonio a base de los valores que transmite y esos valores deberían generar sentido de pertenencia; muchas veces se acusa a los productos de turismo cultural de priorizar la rentabilidad en prejuicio del patrimonio, lo cual es peligroso, ya que la mejor manera de cuidar la rentabilidad del producto es cuidar el patrimonio, porque es el que da origen a la rentabilidad económica.

En el ***III Encuentro de Turismo Cultural NAyA***, también se trata este aspecto. Este congreso se basa en el Turismo y la autenticidad, en la etnicidad, las costumbres y reconstrucciones.
Dean MacCanell sostiene que las principales tendencias del turismo es fomentar la restauración, la conservación y la recreación ficticia de los atributos étnicos de ciertos grupos. Su hipótesis se basa en que lo que motiva al turista a desplazarse es el deseo de experimentar interacciones auténticas con otros durante las cuales pueda acceder a ver la vida cotidiana en un entorno diferente. El turista reclama una "autenticidad", quieren comprar objetos "auténticos" a vendedores "auténticos".
El concepto de autenticidad en el marco de las comunidades locales se basa en el "back y front", back seria lo que se muestra a los visitantes, es el espacio donde toman contacto con los turistas, como el área de servicios, los hoteles, restaurantes, etc.; y el back seria la zona privada de la vida de los nativos.
El problema como se mencionó anteriormente surge, en que el turista quiere acceder a la vida auténtica del nativo, lo cual jamás lo consigue ya que ese entorno se da solamente en el back, lejos de la mirada del visitante; por lo que los turistas tendrán acceso a una experiencia desprovista de autenticidad con sus fines turísticos y comerciales.
Se produce la dificultad de integrar en un nuevo marco de comprensión el no encuentro de la figura naturalizada del nativo como representante de lo "local", y que debería ser diferente a nosotros.
El turismo étnico tranquiliza cuando promete conocer nativos, el turista sabe que se encontrara con algo distinto, el problema se produce cuando este algo diferente no aparece. La realidad es que cuando se asocia la autenticidad con los turistas y los nativos, solo se considera "auténticos" cuando los nativos son como los turistas se los imaginan.
Es por esta razón que se debe cuidar el destino principalmente y no comercializarlo por demás exagerando las tradiciones, costumbres, rituales, etc. En pos de lograr una mayor atracción de turistas, ya que de esta manera se estaría perdiendo la esencia del lugar.

III Congreso Virtual de Turismo Cultural: "Los Derechos Humanos en el Turismo"; Hace hincapié en que los impactos del turismo deben ser considerados desde su planificación. Las practicas de turismo actual, en general tienden a reproducir políticas desigualitarias a partir del uso y abuso del patrimonio social y medioambiental de las comunidades generando un turismo depredador, colonizador y homicida. Esto imposibilita emprender un turismo planificado que favorezca al desarrollo local, que evite la venta de las identidades sociales.

Para concluir, lo principal que extraje de estos estudios fue la importancia que tiene la Cultura de un destino, así como la importancia que tiene el Patrimonio Cultural para el Turismo, es por esto que es indispensable prever los impactos

que puede provocar esta actividad en un determinado lugar; como consecuencia es fundamental la planificación del turismo y el prever un desarrollo sustentable.

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES:

UNIDAD DE ANALISIS	VARIABLES	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	VALOR
POBLACION LOCAL	IMPACTOS SOCIOCULTURALES		Aumento del interés de los residentes por la cultura propia	SI NO
			Revitalización de las costumbres locales	SI NO
			Resentimiento hacia los turistas internacionales	Siempre A veces Nunca
			Nivel de desculturizacion de los residentes	Alto Medio Bajo
			Mercantilización extrema de las tradiciones locales	SI No
			Carga psicológica como consecuencia de una sobrecarga turística.	SI NO
	ACTITUD HACIA LOS TURISTAS	Entusiasmo respecto a la llegada de turistas.		Siempre A veces Nunca
		Visión del turista como un negocio.		Siempre A veces Nunca
		Irritación respecto a la saturación del destino.		Alto Medio Bajo
		Visión del turismo como una forma de incrementar su bienestar económico.		SI NO
	PARTICIPACIÓN Y DECISION SOBRE LA PLANIFICACION Y EL DESARROLLO			Participa. No participa.

DESTINO TURISTICO TIGRE	IMPACTOS SOCIOCULTURALES	Infraestructura	Sanidad	Mejoró.
			Transporte	Iguales condiciones
			Educación	
			Calles y avenidas	
			Seguridad.	Empeoró.
		Nivel de vida económico.	Generación de empleo.	SI NO
			Preservación y rehabilitación de monumentos y edificios, históricos.	SI NO
			Deterioro del patrimonio histórico.	SI NO POCO
	Precios de los bienes y servicios de consumo del residente			Aumentó. Se mantienen igual

Marco de referencia conceptual:

A continuación desarrollaré los conceptos mas relevantes de dicha investigación y la relación que guardan entre si.

1. Turismo cultural

1.1. La importancia de la cultura para el turismo.

El turismo supone algo más que un desplazamiento geográfico; implica un acto de migración voluntaria, de enorme magnitud y significación en la vida de la gente, tanto para el visitante como para el visitado. Y cuando ese intercambio se produce, tal como lo expresa Delgado Ruiz, estamos ante un *encuentro de culturas*. Es decir, *"la cultura receptora se esfuerza precisamente en ofrecer aquello que le es requerido, de acuerdo con su articulación en un sistema intercultural plenamente sometido a las leyes de la oferta y la demanda. Es lo diferente lo que la sociedad anfitriona sabe que debe exhibir enfáticamente, consciente de lo que se espera de ella por parte de quienes acuden turísticamente a visitarla. Estos, por su parte, no esperan en realidad nada nuevo, nada distinto de lo que han visto en las fotografías exhibidas en los libros o las revistas de viajes, en las postales turísticas, en los documentales de la televisión o en las películas de ficción. Han llegado hasta ahí solo para confirmar que todo lo que le fue mostrado como en sueños existe de veras".*

Comenzare haciendo referencia a la cultura; qué entendemos por la misma, el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad.

La UNESCO, en 1982, declaró:

...que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden[1].

Este concepto es fundamental para entender la estrecha relación que tiene hoy en día la cultura con el Turismo ya que cada vez mas la gente busca durante sus viajes conocer, interiorizarse en culturas diferentes; "el encuentro entre los pueblos, las culturas y los intercambios enriquecen los conocimientos, las ideas, las representaciones del "otro" las influencias reciprocas entre los sistemas de pensamiento"[2].

[1]UNESCO, 1982: *Declaración de México*
[2] Cátedra UNESCO de turismo Cultural Untref/Aamnba 2008

1.2. Turismo Cultural: *¿Qué se entiende por Turismo Cultural?*

El turismo cultural; es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos cultura, así como a sus productos. El concepto de lo cultural está fuertemente vinculado a una idea de patrimonio - entendido este, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos culturales.

Turismo cultural es visitar otra comunidad en cuanto a portadora de cultura, esto es, de otro sistema cognitivo-valorativo que implica modos humanos de actuar distintos de los del turista, y donde los sistemas simbólicos son también parte de la experiencia que hace del turismo una experiencia estética.

Es por eso que acercar la cultura al turismo implica darla a conocer como emergente de procesos históricos que se expresan en instituciones y prácticas sociales siempre cambiantes y contingentes, intentando trascender la visión que postula la cultura como un producto acabado definido desde una concepción inmóvil.

En ese sentido el turismo también forma parte de los procesos que contribuyen a la construcción, reconstrucción y modificación continua de esa red de significaciones que solemos denominar cultura. Aún más: el turismo cultural, en cuanto proceso histórico y social constituye relaciones de poder que se hacen visibles en los discursos y prácticas de los interactuantes influyendo en sus formas de acercarse al Otro cultural.

Se considera al turismo como un acto que supone un desplazamiento que conlleva el gasto de renta y cuyo objetivo principal está en conseguir satisfacciones y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa, dentro del cual se engloba al turismo cultural, el cual debe cumplir las siguientes condiciones:

- Que el turista o excursionista posea el deseo de cultivarse, de entender y conocer obras, construcciones y formaciones que va a visitar.
- Que se utilice un recurso cultural.

Esta actividad facilita a la vez la conciencia de una identidad cultural comunitaria e incentiva el desarrollo económico y social de determinadas áreas y ciudades.

Estas condiciones no dependen de si es la finalidad principal perseguida por el turista o tiene un carácter secundario en sus actividades.
Otra definición de turismo cultural es la que desarrolla ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), que a través de la Carta del Turismo Cultural, adoptada en Bélgica en 1976 en el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo.
Esta Carta se adopta en el marco de que el turismo es un hecho social, humano, económico y cultural irreversible. Y comienza a ser visto como uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre, en general, y de los monumentos y sitios, en particular:
"El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico artísticos.

Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada".

En tanto, Richards (2000), un referente a la hora de definir el Turismo Cultural, propone una definición conceptual que se basa en el modo en que los turistas consumen la cultura. En la cultura podemos ver algo que abarca lo que piensan las personas (actitudes, creencias, ideas y valores), lo que hacen las personas (pautas de comportamiento normativo o modos de vida) y lo que fabrican las personas (obras de arte, artefactos, productos culturales). La cultura, por lo tanto, se compone de procesos (las ideas y el modo de vida de las personas) y de los productos de esos procesos (edificios, artefactos, arte, tradiciones, ambiente). Si consideramos la cultura de ése modo, el turismo cultural no sólo implica la visita de lugares y monumentos, sino que se amplía también al consumo del modo de vida de aquellas zonas que se visitan. De este modo define "el turismo cultural como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales". Conforme a esta definición, el turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región.

El turismo cultural por tanto:

- Facilita la aparición de nuevos productos.
- Permite el establecimiento de formas de aprovechamiento turísticos no sometidas a ciclos estacionales.
- Ofrece posibilidades de desarrollo de nuevos destinos y consumos complementarios a los destinos tradicionales.
- Responde a la creciente segmentación de la demanda.
- Satisface necesidades vacacionales de corta duración y reducido costo.
- Proporciona mayor satisfacción a segmentos de demanda activos.
- Añade valor a la experiencia turística.

Es obligado reconocer el crecimiento notable del turismo cultural en los últimos tiempos, presenta un importante potencial de crecimiento.

Entre las causas que justifican el crecimiento del turismo cultural podemos destacar:

- Fragmentación de los períodos vacacionales.
- Aumento del turismo de corta duración y de fin de semana.
- Nuevas pautas de la demanda turística en las que prima el individualismo en la experiencia turística y un mayor nivel de exigencia por parte del turista.
- Aumento de la motivación cultural como motivación secundaria.
- Renovada atracción y motivación por los recursos patrimoniales y urbanos, los eventos culturales y la amplia variedad de actividades de ocio y diversión.
- La turistificación del paisaje urbano.

El turismo cultural constituye, hoy en día, un segmento turístico en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista de la recuperación urbanística, arquitectónica y funcional de muchos lugares. Un producto turístico en el que los consumidores buscan un contacto más directo con el patrimonio y la cultura. A este respecto, el turismo cultural contribuye a dotar a los proyectos culturales de un carácter más concreto y da buena prueba de los beneficios económicos que pueden sustraerse del mismo (generación de empleo directo indirecto, conservación, mejoramiento paisajístico, etc.).

Según la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT), realizada por la UNESCO en 1982. En la misma se reafirmó la importancia de la dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos. A partir de ese marco, el turismo comienza a estar estrechamente vinculado a un modelo de desarrollo humano integral y sostenible. Asimismo, comienza a visualizarse como una actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales.

1.3. Patrimonio cultural

La complementación entre patrimonio cultural y turismo, dada la intima relación que guardan entre si, parece ser tan obvia que no ofrece ya discusión alguna. Si algo ha caracterizado a estos últimos tiempos, es precisamente la utilización al máximo del caudal de sus recursos y la incorporación del patrimonio cultural a esos objetivos; que lejos de mermar su significación, puramente cultural, la acrecienta y difunde.

Según la UNESCO México 1982

"El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas"[3].

El patrimonio cultural es el conjunto de exponentes naturales o productos de la actividad humana que nos documentan sobre la cultura material, espiritual, científica, histórica y artística de épocas distintas que nos precedieron y del presente; y que, por su condición ejemplar y representativa del desarrollo de la cultura, todos estamos en la obligación de conservar y mostrar a la actual y futura generación.

[3] *Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural, celebrada en México en el año 1982*

El patrimonio cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

El concepto de patrimonio cultural incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial, documentos y obras de arte) sino también lo que se llama patrimonio vivo, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura. Los elementos que constituyen el patrimonio cultural son testigos de la forma en que una sociedad o cultura se relaciona con su ambiente. Las manifestaciones y elementos que conforman el patrimonio cultural del hombre son un reflejo de la respuesta del hombre a los problemas concretos de su existencia sobre la tierra.

Desde el punto de vista de la antropología la cultura es el resultado de la interacción de la sociedad con el ambiente. Asimismo se debe entender que la cultura como ya se mencionó anteriormente está constituida por los conocimientos, aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad. La cultura y el medio están estrechamente relacionados: la primera es una forma de adaptación al medio, si este se transforma o modifica, la cultura también experimenta transformaciones, cambios o readaptaciones.

1.4. Gestión del patrimonio y turismo cultural

Los mutuos beneficios que se derivan de la relación turismo – patrimonio provocan que ambos tengan objetivos económicos comunes. La conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en producto turístico son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural a nivel regional, nacional e internacional. El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de nuevos productos. Dichos productos aumentan el valor de la experiencia turística de forma que le interesen a ambos sectores. Patrimonio y turismo, son altamente compatibles, la interdependencia entre ambas áreas es inevitable.

Esta sinergia produce condicionamientos e influencias recíprocas. El sector turístico supone una fuente de riqueza y de beneficios positivos sobre el entorno económico-social, al favorecer la elevación de nivel de vida de la zona así como facilitar los intercambios y contactos culturales. Igualmente favorece la conservación del entorno patrimonial, medioambiental y urbanístico al poder contribuir a este objetivo las rentas que genera.

Por otra parte el turismo puede generar efectos no deseados sobre los recursos patrimoniales de carácter patrimonial o socioeconómico.

- Efectos del ciclo de transporte, provocados por la utilización del suelo debido al impacto de sus infraestructuras como los derivados del consumo de combustibles y las emisiones producidas.
- Efectos del ciclo de estancia, que además de la utilización del suelo debido a la construcción de hoteles y restaurantes y otras infraestructuras turísticas se traducen en una presión sobre los recursos patrimoniales, la generación de basuras y los consumos excesivos de locales.

Los efectos negativos que genera el desarrollo de la actividad turística (los cuales desarrollare mas adelante en profundidad) se traducen en el deterioro del patrimonio cultural, el riesgo de generación de efectos no deseables sobre las identidades locales y el desarrollo sociocultural, la pérdida de calidad de vida, una excesiva dependencia del turismo y, por tanto, un aumento de la fragilidad de la estructura económica local ante la crisis del sector.

La sobrecarga de la capacidad turística pone de manifiesto la necesidad de controlar los flujos de visitantes con el objetivo de evitar la degradación de las propias fuentes generadoras de la actividad turística cultural y alcanzar, de este modo, un desarrollo sostenible del turismo cultural evitando el cumplimiento en su totalidad de la teoría del ciclo vital.

Como ha señalado Romero Moragas (1994) “vender el pasado en sus diferentes formas es uno de los principales reclamos del marketing turístico. Sin embargo, es una idea actual la de conscientemente poner en valor todo este patrimonio, tanto material como inmaterial.

Pero para conseguir todo esto es preciso aunar esfuerzos y fomentar la conservación del patrimonio y la inversión en infraestructura cultural. La infraestructura cultural se convierte en un recurso turístico más, que ha pasado de ser referencia de un ámbito científico o estético a convertirse en otro de carácter económico, capaz de generar riqueza y empleo”[4].

Como señala el informe final de la reunión sobre conservación y utilización de Monumentos y Lugares de interés Histórico y Artístico (Normas de Quito, 1967) "Desde el punto exclusivamente turístico, los monumentos son parte del equipo que se dispone para operar esa industria en una región dada, pero la medida en que dicho monumento puede servir al uso al que se lo destina, dependerá no ya sólo de su valor intrínseco, es decir de su significación o interés arqueológico, histórico o artístico sino de las circunstancias adjetivas que concurran en el mismo y faciliten su adecuada utilización. De ahí que las obras de restauración no sean siempre suficientes por sí solas para que un monumento pueda ser explotado entrando a formar parte del equipo turístico de una región. Puede hacerse igualmente necesaria la realización de otras obras de infraestructura, tales como un camino que facilite el acceso al monumento o un albergue que aloje a los visitantes al término de una jornada de viaje. Todo ello manteniendo el carácter ambiental de la región". Esto indica que es necesario considerar el patrimonio en el sentido amplio de su utilización

[4] ***CAMINHOS DE GEOGRAFIA*** *- REVISTA ON LINE PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA INSTITUTO DE GEOGRAFIA UFU Caminhos de Geografia 3(7), Out/ 2002 página 1, Turismo, Patrimonio cultural y desarrollo sustentable.*

y revalorización y puesta en valor dentro de la oferta turística de un determinado destino. Para ello el paso previo es reconocer que en lo local es donde se producen las grandes acciones culturales de creación, conservación e innovación, y es desde lo local por tanto desde donde se deben impulsar las acciones de promoción de la cultura en todas sus vertientes

1.5. **Patrimonio y sustentabilidad**:

Frente a la tendencia del fenómeno de la globalización se genera, por el lado de las culturas receptoras, la necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, como así también, resignificar el patrimonio como factor de unidad. Y por el lado de los grupos visitantes, aparece una renovación por el interés hacia la cultura, la cual ha generado nuevas modalidades, entre ellas el turismo cultural.

El 8º Borrador de la Carta Internacional sobre Turismo Cultural, presentado ante la Asamblea General de ICOMOS, en 1999, en México expresa que los sitios del patrimonio y las culturas tradicionales constituyen atractivos turísticos a nivel mundial, por lo que turismo y preservación deben complementarse ante estas nuevas tendencias, ya que ambas actividades orientadas con inteligencia permiten proteger el acervo patrimonial, e incluso producir los recursos necesarios para asegurar su mantenimiento.
En estos tiempos de creciente globalización, la protección, conservación e interpretación de la diversidad cultural y del patrimonio cultural de cualquier sitio o región es un importante desafío para cualquier pueblo en cualquier lugar. tomando los principios básicos de la sustentabilidad, la Carta establece que los proyectos turísticos, sus actividades y su desarrollo deberían alcanzar resultados positivos, minimizar los impactos negativos para el patrimonio y para la comunidad anfitriona, y al mismo tiempo satisfacer la calidad de la experiencia del visitante.

2. **Impactos Turísticos:**

El turismo, como cualquier actividad humana, produce impactos sobre las comunidades donde se desarrolla. En ocasiones este no es el factor principal de deterioro de los recursos; pero se ve afectado porque otras situaciones pueden dañar un producto o todo un destino (explosivo crecimiento demográfico, urbanización descontrolada, especulación inmobiliaria, incompatibilidad de usos del suelo, etc.).

A continuación desarrollaré los posibles impactos provocados en un destino como consecuencia del desarrollo turístico:

2.1. Impactos socioculturales de la actividad turística:

La actividad turística constituye un marco en el que, generalmente, entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, ya que implica, como ya fue mencionado anteriormente, el desplazamiento de turistas a una región distinta del lugar de residencia habitual. Los impactos socioculturales en un destino turístico son el resultado de dichas relaciones sociales mantenidas durante la estancia de los visitantes en el mismo, cuya intensidad y duración se ven afectadas por factores espaciales y temporales restringidos.

En términos simples podríamos decir, que los impactos socioculturales son impactos sobre la gente, esto es, los efectos que sobre los residentes habituales y fijos de la comunidad anfitriona tienen las asociaciones directas e indirectas con los visitantes, a lo que habría que añadir los efectos de la actividad turística y los encuentros sobre los mismos individuos que practican el turismo y sus sociedades de origen. La distinción, no cabe duda que necesaria, entre estudios social y cultural es particularmente dura de identificar, conviniéndose aquí que el impacto social incluye los cambios más inmediatos en la calidad de vida y el ajuste a la actividad en las comunidades de destino, mientras que el impacto cultural abarca los cambios a largo plazo en las normas sociales, la cultura material y los estándar, los cuales irán emergiendo gradualmente en una relación social comunitaria.

Un tema común en el estudio del turismo es el considerable cambio cultural forjado por la llegada de los turistas, partiendo siempre de suposiciones del tipo: (1) los cambios provocados por la intrusión de un sistema externo producen disonancias dentro de la débil cultura receptora; (2) los cambios son generalmente destructivos para la población nativa; (3) los cambios conducen a una homogeneización cultural, pasando la identidad étnica o local a ser sumida bajo la tutela de un sistema, similar al industrial, tecnológicamente avanzado, una burocracia nacional/multinacional y una economía orientada al consumo.

Podemos establecer tres categorías diferentes implicadas en este tipo de impacto:

- El turista. Cuyos estudios han mostrado las ramificaciones de la demanda de servicios turísticos y las motivaciones, actitudes y expectativas de aquel.
- El residente. Enfatizando el papel que juega como oferente de servicios al turista y de organizador local del sistema.
- La interrelación turista-anfitrión. Concerniendo a estos trabajos la naturaleza del contacto entre los implicados y las consecuencias del mismo.

Se plantean de esta forma cuatro problemas que deben ser analizados: la relacione residente-visitante, los sistemas de medida del impacto, el cambio social y el cambio cultural. Pero, antes de comenzar con esta tarea, es necesario precisar que se dificulta separar los efectos de éste sobre las culturas anfitrionas de aquellos cambios inducidos por otras causas. El turismo representa solamente una forma de exposición de los residentes a elementos

de sociedades con una cultura diferente, con lo que podemos considerarlo responsable de acelerar los cambios, pero nunca como un factor endémico y necesario para el desarrollo de los mismos. Además de ello, los efectos iniciales sobre la gente, sobre sus vidas cotidianas, generalmente rápidos y claramente identificables (*impactos primarios*), se vuelven con el tiempo lentos, rutinarios (*impactos secundarios*) y, con esto, mucho menos obvios tanto para los actores sociales como para la mirada del investigador.

La relación residente-visitante

Si bien no es necesario el contacto directo turista-anfitrión para que se de el impacto, la presencia de corrientes turísticas en un núcleo receptor posibilita la coexistencia de dos realidades separadas, universo del turista y universo del residente, en el mismo espacio físico. El turista se encuentra separado de sus anfitriones por los factores de dominio, la distinción trabajo-ocio y todas las diferencias culturales se muestran en situaciones o encuentros particulares que serán el mayor factor de influencia en el entendimiento o rechazo.

Según De Kadt (1979), el encuentro entre turistas y residentes tiene lugar en tres contextos principales:

• Cuando el turista compra un bien o servicio al residente.
• Cuando ambos comparten los mismos espacios físicos (playas, paseos, etc.).
• Cuando ambos intercambian información y/o ideas.

Los dos primeros son los contactos más frecuentes, sobre todo en el turismo de masas, en el cual los turistas no tienen interés en introducirse en la cultura local de la región visitada sino, bien al contrario, suelen formar *ghettos* en los que siguen manteniendo las costumbres de sus países de origen y se relacionan con individuos de su misma nacionalidad. En muchas ocasiones el desarrollo de este tipo de enclaves turísticos, destinados al consumo de masas, facilita la segregación de la población local. Incluso en aquellas ocasiones en que predomina el turismo residencial –el visitante pasa largas temporadas en el destino–, pueden surgir problemas en las relaciones entre las dos comunidades.

De acuerdo con la UNESCO (1976:82), tales encuentros están caracterizados por cuatro grandes rasgos:

1) Los *encuentros transitorios* son una característica de la mayoría de las visitas de los turistas temporales y son vistos de manera muy diferente por ambas partes de la relación, en tanto que la relación temporaria es diferente para cada grupo interactúante. Es fácilmente comprensible que el anfitrión pueda verla como una relación superficial que se lleva a cabo a lo largo de la estación turística, como una experiencia tautológica y repetitiva, en tanto que se funciona a partir de estereotipos y no de individualidades.

2) *Tiempo y espacio* continuamente tienen el efecto de obligar e intensificar los encuentros, que a su vez se ven restringidos a los empleados directamente en el sector (por ejemplo hoteles o apartamentos y sus servicios) o al resto de la población señalada por su tipismo, rareza desde un autobús o desde el "ghetto turístico". Si distinguimos, por tipos de turistas hay que precisar que algunos, exploradores, están suficientemente motivados para mezclarse de inmediato, si bien de forma artificial, con la población residente, mientras que el turismo de masas tiene controlados sus movimientos directamente por los tour-operadores o indirectamente a través de la localización de sus ghettos (completos en lo que a servicios de ocio y descanso se refiere).

3) Además, es típica una suerte de *espontaneidad* en la mayoría de los encuentros. El turismo toma ciertas relaciones humanas informales y tradicionales del área de actividad, volviendo sus actos de la hospitalidad espontánea a la transacción comercial (De Kadt, 1979:14) (tales como el pago por ver una ceremonia o la artificialidad de una expedición de compras organizada). Los encuentros son preparados con antelación y formalizados, incluso mediante contrato, con el fin de que se encajen en el horario del tour y ofrezcan exactamente lo que el turista espera.

4) Otra característica frecuente de los encuentros viene dada por una relación turista-anfitrión basada sobre *una experiencia desigual y desequilibrada*. El anfitrión se siente inferior (UNESCO, 1976:93) y, para compensar esto, una vez percibidas las debilidades del turista, explota su aparente abundancia.

Podemos, entonces resumir lo dicho en que la relación turista-residente está continuamente variando en grado, incluida en y regulada desde dos sistemas socioculturales diferentes: un sistema nativo, que es invadido por el turismo, y el emergente sistema turístico. Los turistas son inicialmente tratados como parte de las relaciones tradicionales anfitrión-invitado, pero al incrementar su número comienzan a ser menos bienvenidos, alejándose de la relación tradicional. Pasan, pues, del trato familiar a otro que no precisa obligación ni reciprocidad, esto es, el comercio, donde la hospitalidad entra en el dominio económico y el encuentro se basa en la remuneración.

Relaciones entre visitantes y residentes:

Pueden delimitarse en las siguientes etapas, que pueden servir para medir el nivel de los impactos socioculturales que pueden tener lugar en un destino turístico:

• ***Etapa de euforia***: es la etapa de las primeras fases de aparición del turismo, cuando éste provoca exaltación y entusiasmo por parte de la población residente, que lo percibe como una buena opción de desarrollo.

• ***Etapa de apatía***: una vez que la expansión se ha producido, el turismo se percibe en el destino como un negocio del que hay que sacar partido. El contacto se ha formalizado más.

• ***Etapa de irritación****:* a medida que se alcanzan niveles de saturación en el destino, los residentes necesitan facilidades adicionales para poder aceptar la actividad turística.

• ***Etapa de antagonismo****:* el turismo es considerado como el causante de todos los males del destino.
• ***Etapa final***: durante todo el proceso anterior, el destino ha perdido todos los atractivos que originalmente atrajeron a los turistas.

La dificultad de entendimiento y relación entre ambos puede surgir por múltiples factores: diferentes idiomas, costumbres de consumo y comportamiento social, valores religiosos o éticos, etc. Algunos autores argumentan que, dependiendo del tipo de turista que visita la región, el impacto sociocultural será más o menos intenso, más o menos positivo. En todo caso, incluso cuando la toma de contacto entre turistas y residentes no es muy profunda, la mera observación del comportamiento de los visitantes puede inducir a cambios en las actitudes, valores y comportamientos por parte de los habitantes de la región receptora: es el llamado efecto demostración. Incluso el turismo nacional, en el que visitantes y residentes proceden de un mismo contexto sociocultural, provoca cambios sociales y culturales en el destino.
Por lo tanto, los turistas no necesitan entrar en contacto con los residentes para que los impactos socioculturales derivados del turismo tengan lugar en el destino.

Podemos encontrarnos con diferentes tipos de impactos:

- *impactos socioculturales indirectos*, refiriéndonos a los cambios sociales que acompañan al establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras propias de la actividad turística.
- *impactos inducidos* que aparecen con el aumento del nivel de vida económico aportado por el turismo, ya que la población modifica su comportamiento de consumo, aumentando su abanico de necesidades y acelerando así los cambios sociales.

La magnitud de los impactos dependerá, en gran medida, de las características propias de los turistas y de las diferencias socioculturales existentes con respecto a los residentes. Inskeep señala que las principales diferencias se centran en los sistemas de valores, en las creencias religiosas, en las tradiciones y costumbres, en los estilos de vida, en los modelos de comportamiento, en las actitudes hacia los extranjeros, etc.

Según la tipología de Plog los turistas pueden clasificarse siguiendo un espectro que alinea a los allocéntricos en un extremo y a los psicocéntricos en el otro. El grupo de los *allocéntricos* se siente atraído por nuevos destinos *desconocidos*, en los que no exista desarrollo turístico previo y en los que pueda adaptarse a las costumbres locales. El grupo de los *psicocéntricos*, sin embargo, busca entornos familiares, no se aventura a visitar lugares desconocidos, no se adapta a las costumbres de las regiones que visita y necesita un gran número de infraestructuras turísticas para el desarrollo de su experiencia turística. Generalmente, los allocéntricos suelen proceder de grupos sociales con mayor poder adquisitivo que los psicocéntricos. Entre estos dos polos, completamente opuestos, Plog sitúa a los *para-allocéntricos*, a los *céntricos* y a los *para-psicocéntricos*, argumentando que la mayoría de la población pertenece a los céntricos.

Los impactos causados por los psicocéntricos tienen muchas probabilidades de ser más significativos que los creados por los allocéntricos.

Aunque esta tipología no es inmutable, permite realizar un seguimiento del desarrollo de la región como destino turístico. Así, los destinos suelen ser *descubiertos* por los allocéntricos; a medida que la región va atrayendo a más gente, los allocéntricos se lanzan a la búsqueda de nuevos lugares menos visitados y comercializados. Por otra parte, los destinos con ventajas comparativas fuertes en términos de clima o localización podrán mantener su posición en el grupo de los céntricos más tiempo que los que no tengan ese tipo de atractivos.

Existen otras tipologías que resultan útiles como marco para clasificar a los turistas según un fenómeno determinado –generalmente, teniendo en cuenta motivaciones, comportamiento, beneficios buscados en la experiencia turística, etc.– y que facilitan el análisis conceptual de los impactos causados por cada grupo, ya que las actitudes de los individuos hacia el turismo varían dependiendo de factores tales como la edad, el nivel de educación, la renta disponible, el contexto cultural, etc.

Cabe destacar el hecho de que el turismo puede influir directamente en la estructura social de una región o país, ya que el empleo en el sector turístico es una forma para muchos residentes de incrementar su bienestar económico y de tener más oportunidades de movilidad en la escala social (sobre todo en comunidades predominantemente rurales). El turismo ha sido, por lo tanto, responsable de transformaciones profundas en muchas comunidades, siendo la migración rural un exponente claro de este fenómeno.

2.1.1. ***Impactos socioculturales positivos y negativos***

Mientras los impactos económicos del turismo son enfocados tradicionalmente desde el punto de vista de los beneficios que aporta, los impactos socioculturales suelen ser analizados desde su parte negativa.
Y, sin embargo, el turismo puede aportar también beneficios positivos al fomentar el contacto entre comunidades diferentes.

- **Impactos positivos**

Como es sabido, la calidad de la experiencia turística depende, no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de las infraestructuras y facilidades disponibles. Normalmente, el turismo trae consigo la mejora de la atención sanitaria a la región en la que se desarrolla, ya que los turistas dan prioridad a todos los aspectos relacionados con la salud. Dicha mejora suele extenderse, asimismo, a otras facilidades y servicios: alumbrado, recogidas de basuras, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc.
Así pues, la calidad de vida de los residentes aumenta.

Por otro lado, el turismo puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico, puesto que los elementos culturales con valor para los turistas se recuperan y conservan, de manera que puedan ser incluidos en la experiencia

turística. Este despertar cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes, aportándoles cierta concienciación sobre la continuidad histórica y cultural de su comunidad, a la vez que pueden convertirse en aspectos que potencien el atractivo turístico del destino. De esta forma el turismo contribuye a:

• La preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos.
• La revitalización de las costumbres locales: artesanía, folklore, festivales, gastronomía, etc.

Además, el turismo puede ser el factor que acelere los cambios sociales positivos en una comunidad, en términos de mayor tolerancia y bienestar.
El efecto demostración puede ser beneficioso cuando anima a los residentes a luchar y/o trabajar por cosas de las que carecen, incremento del nivel de calidad de vida o valor de igualdad. Por ejemplo, el empleo proporcionado por la actividad turística en el sector ha permitido mayor movilidad en la escala social en comunidades muy jerarquizadas.

Por último, otro de los impactos beneficiosos es la oportunidad que éste ofrece a sus participantes de practicar un intercambio cultural con los residentes de la región que visitan. Este tipo de experiencias incide sobre la percepción del visitante hacia otras culturas y formas de vida, aumentando la comprensión y el respeto de las diferencias.

- **Impactos negativos**

En algunos países en vías de desarrollo, se ha extendido entre la población local cierto resentimiento hacia el turismo internacional. En general, cabe afirmar que esta actitud será más evidente cuanto mayores sean las diferencias económicas entre visitantes y residentes. Así, por ejemplo, son focos de tensión social a tener en cuenta: la aparición de ghettos de gran lujo en lugares dominados por la pobreza, la ocupación de los puestos de trabajo más cualificados por trabajadores extranjeros, la menor retribución salarial a los trabajadores nacionales, etc. Para muchos países en desarrollo, el turismo establece las bases de una nueva forma de colonialismo basado en la dependencia de las divisas extranjeras como vía para el desarrollo económico. Por ello, en algunos destinos ha sido evidente el aumento del crimen, la prostitución, el juego, el terrorismo y los conflictos causados por las drogas. En ocasiones, los turistas son considerados como elementos a través de los cuales se puede hacer negocio y obtener publicidad (por ejemplo, en el caso del terrorismo).

El turismo puede provocar, asimismo, una desculturización del destino: el efecto demostración puede llevar a la desaparición de la cultura (que suele ser la de la comunidad receptora), frente a la más fuerte (la del visitante). Este fenómeno puede afectar a muchos países en desarrollo, ya que la cultura de los turistas suele ser percibida por los residentes como superior a la local, especialmente por el mayor nivel de vida que manifiestan, provocando la adaptación de costumbres occidentales a culturas indígenas. La mercantilización extrema de las tradiciones locales, despojándolas de su verdadero significado, puede fomentar un proceso de desculturización, que a la vez puede acabar destruyendo los atractivos que en su día iniciaron el flujo de visitantes.

En definitiva, se debe tener presente que determinados tipos de turismo –como el turismo de masas– no permiten la existencia de un verdadero intercambio cultural entre visitantes y residentes, por lo que favorecen la difusión y permanencia de imágenes estereotipadas sobre determinados países y sus habitantes.

2.1.2. Los cambios de la cultura por efecto del desarrollo turístico: *la artesanía y la autenticidad.*

El visitante viaja con una serie de expectativas sobre el destino y, generalmente, entre ellas pueden identificarse algunas de índole cultural, tales como: las tradiciones, la gastronomía, la artesanía, el arte, la arquitectura o los elementos materiales de la historia, las celebraciones festivas y la música, etc., pero los efectos producidos van más allá de tales elementos culturales demandados. Los valores, la identidad, los patrones de uso de la tierra, la socialización de nuevas generaciones, las formas de organización doméstica, la percepción del medio, la religión o la indumentaria, entre otros, pueden verse modificados por la acción de los impactos secundarios del turismo. Éstos son fruto del encuentro del turista y el residente local, que enfrentan un bagaje de estereotipos supuestamente útiles para ese tipo concreto de contacto, temporalmente limitado y repetitivo en su esencia, aunque no en sus actores, y que a largo plazo afectará definitivamente a ambas partes de la relación.

De manera idéntica a otras formas de impacto, los efectos culturales del turismo no son, ni en ningún caso pueden ser considerados, factores únicos del cambio cultural, pero tendrán que ser considerados siempre que el área de estudio pueda estar influida directa o indirectamente por el turismo. Esto es, no sólo en aquellos casos en que la evidencia demuestre que se trata de un centro receptor o de visita turística, sino además en todos aquellos que puedan verse afectados por la atracción de fuerza de trabajo, la producción de bienes y/o servicios, la alteración del nicho ecológico por extracción de áridos, el encuentro esporádico con turistas, o cualquier otra forma de contacto con la actividad. Si no se tiene en cuenta esta posibilidad corremos el riesgo de no poder justificar algunas variaciones importantes en las poblaciones analizadas, ocurridas precisamente para adaptarse a las nuevas situaciones económicas, sociales y culturales que genera el turismo.

La investigación del impacto cultural del turismo está centrada en tres formas culturales según Mathieson y Wall:

- ***Formas de cultura que son especialmente animadas y pueden involucrar hechos especiales para la sociedad anfitriona.*** Con el avance de la actividad turística, eventos privados como las ceremonias religiosas o las fiestas populares han sido afectadas tanto positiva como negativamente. En cuanto al primer aspecto, muchas han sido las fiestas y ceremonias que se han salvado de la desaparición o se han creado al convertirse en un acto de interés turístico. Ahora bien, muchos rituales han sido desvirtuados para su explotación como fenómenos extraños (Boorstin, 1961), exóticos y *típicos*, pasando a ser productos artificiales ofertados en el mercado del turismo.

- ***Formas de cultura reflejadas en la vida diaria del área de destino.*** Dentro de estas, destaca, junto al crecimiento de la estandarización de los bienes de consumo, los cambios de uso del lenguaje, tal vez por influencia directa del negocio con la empresa hotelera. El lenguaje como vehículo de comunicación social es un elemento vital para la supervivencia cultural y, examinando los patrones lingüísticos, se puede ilustrar el grado de asimilación social y la pureza étnica presente en una sociedad.

- ***Formas de cultura que son inanimadas (la cultura material).*** Incluyen esta categoría la arquitectura y los monumentos -lugares- históricos, además de la producción artística y artesana. Esta última forma cultural, la artesanía, por las transformaciones que suele sufrir en el entorno de la actividad turística -indicativas del grado de aculturación- y por estar estrechamente vinculada a los intereses etnográficos de la disciplina, merece una especial atención en los estudios de caso. En este sentido, el investigador ha de tener en cuenta que al igual que existe un espacio o una comida propiamente turística, existe un objeto turístico. Este objeto, según el tipo de consumidor turístico y de destino, podrá ser identificado por sus características más obvias: pequeño, barato, no demasiado exótico y poseer la cualidad de connotar simbólicamente el área visitada. Pero deberemos mirar más alla del objeto en venta, descubrir cuál ha sido el proceso por el que ahora se encuentra expuesto en un escaparate o sobre una manta que invita a su compra a un nuevo público al que, en último término, no le interesa el estilo y la forma simbólica sino la representación suntuaria y recordatoria.

La artesanía, el arte funcional popular, posee fuertes contenidos étnicos emanados de la tradición y la cultura propia, constituyéndose, en origen, en la expresión material de la cultura y su propia percepción. Es la representación de lo exótico no mutable por excelencia. La artesanía se conforma como una identificación más del grupo frente a lo externo, manifestándose como los símbolos materiales estereotipados que les representan.

Si bien no es sencillo referirse a una evolución de la artesanía en términos generales, puesto que en ningún caso se dan cambios unilineales, si son apreciables una serie de procesos repetitivos, de manera que podemos establecer una línea breve y generalizante. De esta forma, con la industrialización, más que con el desarrollo turístico, esta forma útil de expresión, va transformándose o desapareciendo. Quedan los artesanos viejos, caracterizados por una baja renta y, generalmente, poco prestigio social. Muchos pasan a ser pequeños industriales, y sus hijos, en otros tiempos sus sucesores en la actividad artesana, se reconvierten a los sectores productivos dominantes. Simplificando, la artesanía útil puede desaparecer con el artesano pero ésta es, al menos, recreada en un objeto de consumo industrializado, el souvenir. Con él se abre un mercado, no necesariamente de la artesanía tradicionalmente entendida, para productos que tengan demanda entre los turistas y, según el tipo, entre los mismos anfitriones.

El proceso de cambio, lejos de ser visto como un elemento denigrante de la cultura local, una separación del contenido étnico -que en algunos casos, sobre todo con el turismo de masas, es indudable que sucede-, ha de

entenderse como un continuum, esto es, en una forma transicional del arte que, con el turismo o sin él, evoluciona para adaptarse a las nuevas situaciones. Los símbolos estereotipados que representan a los actores, al menos en un primer estadio, se separan de la identidad cultural. Estos se transforman creando nuevos estereotipos que son muestra de la conjunción de las demandas de mercado (de los comparadores potenciales, mayoritariamente turistas, y desde los países de origen) y la adaptación, más o menos consciente, por las gentes del destino.

A la vez que se transmite una supuesta imagen simbolizada del área de atracción turística, con la ventaja -ausente del resto de los medios de promoción- del hecho a mano como forma de autenticidad, los nuevos estereotipos son asumidos y transmitidos en la endoculturación.

A partir de la artesanía tradicional, fundamentalmente utilitarista y funcional, ante un mercado potencial originariamente local-urbano y, en menor medida, turístico el objeto artesano se adapta, manteniendo formas tradicionales y la autenticidad garantizada por el artesano, dando origen a una réplica comercializada de la artesanía tradicional. Ésta está destinada a un comprador que generalmente conoce el objeto originario, su uso y lugar en el destino. En el caso de venta turística, se trata de un turismo culto y que,, podría ser considerado como parte de un turismo de élite, cultural y étnico, normalmente restringido a una minoría que busca el vestigio del estilo de vida tradicional que, tal vez, pudiera coincidir con el pasado de su cultura propia.

Con la llegada del turismo de masa y charter, con el cambio cultural que se da paralelo a él, se dan dos procesos simultáneos e intercomunicados. De una parte la réplica creada para su comercialización es adaptada para una masa importante de compradores. Por las características propias del viaje, es necesario que el objeto sea transportable, y por las características propias del comprador, ahora mayoritariamente turista, en necesario que el objeto sea barato. Se da para ello una reestructuración de las condiciones de producción, que afecta tanto a los motivos representados como a las formas, generalizándose la miniaturización.

Nace así el souvenir, donde las nuevas formas deben responder a lo que el comprador potencial, normalmente desconocedor de la artesanía tradicional-funcional, piensa y espera encontrar en el área. Con ello se produce una desconexión, en la mayor parte de los casos temporal, entre los objetos realizados y la cultura de la zona, de manera que los habitantes locales no entenderán en los objetos una representación de los estereotipos propios, identificadores del grupo.

Paralelamente, y debido más al cambio cultural, a partir de las formas tradicionales se produce una artesanía recreada que reintegra lo tradicional con los elementos surgidos de la evolución del área.

Con la influencia directa de los souvenirs y destinado al mercado local menos pudiente, la artesanía popular, ya aculturada, forma parte de una reformulación de lo tradicional y lo recreado, llevando consigo, también, una reformulación cultural que estandariza y mitifica la tradición como elemento unificador. El objeto tradicional usado llega a nivel de culto, puesto que es él la

representación misma del pasado y de sus funciones tradicionales Paradójicamente, el producto de este proceso no es ni viejo, ni usado, ni, estrictamente, el que originó la demanda; además, y de forma contradictoria, su funcionalidad pasa a ser meramente estética. Todo ello, además, porque sufre la presión de lo que se ha dado en llamar una forma de artesanía asimilada manifestación de la homogeneización de los cambios a nivel nacional e internacional, facilitados por la educación y la fluidez en las comunicaciones. Este último tipo de artesanía tendrá requerimientos no necesariamente presentes en las formas anteriores, en tanto que requiere el acceso tanto a nuevas herramientas y materiales como a trabajos realizados o en curso de realización (contacto con otros artesanos y artesanías) donde se puedan observar los elementos y fases constructivas del objeto suficientes para su posterior copia y adaptación cultural.

En términos generales, el turista, cuando adquiere el objeto artesano como souvenir está comprando un reforzador de recuerdos y una demostración del haber estado allí que le diferencie del resto; esto es, de una parte, de aquellos que en el área generadora no han cumplido con el ritual de conversión a turista y, de otra, del resto de los turistas. En este sentido, el souvenir denota ciertas características definitorias de su comprador que, en general, busca lo auténtico, que no necesariamente tiene que coincidir con la materialidad forjada en el área de destino.

La autenticidad es creada individualmente, aunque semidirigida por los agentes del comercio del viaje, como un constructo contextualizado en las propias experiencias del sujeto. En ellas se entremezclan los estereotipos del estilo de vida y uso de la cultura material de los visitados con la imagen vendida de los mismos, además del anhelo de los visitantes de consumir (compartir y apropiarse simbólicamente) ese estilo de vida distinto al propio. Pero, además, así como el souvenir denota el objeto de ese consumo definitorio, la imagen -fijada a través de la fotografía o el vídeo- del proceso de elaboración es también apropiada y a través de ello el turista manifiesta posteriormente ante los otros su conocimiento no sólo del destino sino también del estilo de vida en el mismo. Esta transmisión de experiencias constituye la mejor promoción externa del área visitada y, generalmente, favorece -dada la transitoriedad y superficialidad de los encuentros- una perspectiva de autenticidad, cercanía al pasado del visitante, la seguridad que da la familiaridad -aunque manteniendo algún grado de atrayente exotismo- y estabilidad sin problemas.

De esta forma, lo primitivo del quehacer artesano es fijado y vivido como algo más que recuerdos y experiencias inmediatas, se consume como un producto no almacenable pero tampoco perecedero. Para ello, generalmente prefijado por los intermediarios, el trabajo es representado como único y expresión viva de la cultura local, dándose una transformación profunda del significado del trabajo para sus practicantes. La mercantilización de las representaciones ha traído consigo una pérdida o, al menos, cambios en las relaciones sociales asociadas a las labores productivas, de la misma forma en que el desarrollo turístico ha cambiado la significación simbólica de rituales representados para el disfrute turístico (Noronha, 1991 -Bali-; Greenwood, 1992). Esto lleva en muchos casos a la exageración en la escenificación de la cultura, que trata de mostrar todos sus componentes pretendidamente étnicos

en un lapso temporalmente corto -el que dura la visita programada o la estancia y a la adaptación fácil y constante tanto a los distintos grupos de turistas como a las evoluciones del mercado (gustos específicos sobre ambientes, colores o texturas, motivos, partes concretas de la elaboración de un determinado producto, etc.) Nunca antes se habían visto en áreas geográficas tan diversas tantas piezas de alfarería, cestería, textiles, calados, adornos supuestamente tradicionales, elementos miniaturizados de labranza, ídolos, etc. y, tampoco nunca, a una tan amplia variedad de precios y tamaños que hacen a los productos en sí mismos atractivos. Nunca tal florecimiento en el apoyo y muestra de la artesanía y sus procesos de elaboración no sólo, y tal vez por eso, para el turista.

Tanto el trabajo como su producto pasan a considerarse por los planificadores como una mercancía pero, en la mayoría de los casos y aunque sea innegable una alteración de la cultura, no podemos considerar que se esté explotando la cultura local. Y ello en tanto que los actores están recibiendo una serie de emolumentos, bien directos bien a través de las ventas de sus productos, por la representación. No cabe duda que estamos asistiendo a un proceso ya establecido de comercialización de la cultura, que es adornada, clasificada y vendida por un precio variable según una amplia tipología de consumidores.

Siguiendo a Greenwood (1992), las formas y valores implícitos, tras una suerte de intermediación y adaptación, pasan a mostrarse explícitos perdiendo su eficacia social anterior. La transformación, o cultura transicional, puede convertirse en una trampa para la cultura local al despojarse de significación y dejar a la estructura social sin un soporte organizativo propio.

2.2. Impactos económicos del turismo

El turismo repercute también en la economía de los países y regiones en los que se desarrolla, aunque su importancia tiene distinta intensidad según sea el dinamismo y la diversificación de dicha economía, es decir, según sea ésta local, regional o nacional. En efecto, la economía en cuestión puede ser la propia de un país desarrollado o de un país en vías de desarrollo, puede estar basada en varias industrias o en una sola, por lo que el turismo puede representar una opción importante para la misma o ser completamente irrelevante. Estas características determinarán el grado de participación local y de las inversiones extranjeras en el desarrollo de la actividad turística, así como los beneficios y costes que se derivan de la misma.

El desarrollo de la actividad turística: el turismo no sólo aporta divisas, sino que también alivia los problemas del desempleo y, a largo plazo, puede suministrar un sustituto de las exportaciones tradicionales, cuyo futuro es más inseguro que el del turismo. Efectivamente, se puede considerar al turismo internacional como una actividad de exportación *invisible* de bienes y servicios turísticos por parte del país receptor de los turistas y visitantes, con la particularidad de que éstos efectúan el consumo de dichos bienes y servicios en el propio país receptor. Análogamente, el turismo nacional podría considerarse como una *exportación* pero entre distintas regiones de un mismo país.

Durante décadas, el turismo ha sido alabado por los beneficios económicos que aporta con su desarrollo pero, aunque tradicionalmente se ha puesto énfasis en este hecho, hay que reconocer que el desarrollo turístico lleva asociado igualmente una serie de costes para el destino en el que tiene lugar.

Beneficios económicos del turismo

Se expone a continuación una enumeración de los aspectos positivos generados por la actividad turística en la economía de un país.

a) ***Contribución del turismo al equilibrio de la balanza de pagos***
El turismo representa la oportunidad de obtener, de una manera rápida, las divisas necesarias que equilibran la balanza nacional de pagos. El papel del turismo en la balanza de pagos de un país suele ser expresado en términos de ingresos, generados por los visitantes internacionales, y de gastos, realizados por los nacionales en el extranjero.

b) ***Contribución del turismo al Producto Nacional Bruto (PNB)***
El significado del gasto turístico en la economía de un país puede ser valorado a través de su contribución al PNB, realizando el siguiente cálculo: sustrayendo al gasto turístico nacional e internacional los bienes y servicios comprados por el sector turístico, los costes originados para servir a los visitantes. Sin embargo, esta medida puede ser utilizada como mera indicación, ya que tampoco explica los impactos económicos del turismo en una economía con total amplitud.

c) ***Contribución del turismo a la creación de empleo***
La actividad turística es una industria que depende en gran medida del factor humano, por lo que es obvio que favorece la creación de empleo.

Mathieson and Wall distinguen tres tipos de empleo generados por el turismo:
1. *Empleo directo,* como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas, como los hoteles.
2. *Empleo indirecto,* todavía en el sector turístico, pero no como resultado directo del gasto turístico.
3. *Empleo inducido,* creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes del turismo.

d) ***El turismo como motor de la actividad empresarial***
El turismo está considerado, asimismo, como un motor de la actividad empresarial, debido a sus múltiples conexiones con los demás sectores de la economía. En efecto, la actividad turística está compuesta por un grupo heterogéneo de empresas, dependiendo las unas de las otras para proveerse, por lo que un crecimiento de la actividad turística estimulará el crecimiento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general (por ejemplo, un aumento de la demanda turística, traerá consigo un aumento de la demanda en el sector de la construcción, debido a la necesidad de un mayor número de alojamientos o plazas hoteleras).
Por otra parte, el turismo necesita del establecimiento de *infraestructuras* de las que se benefician el resto de los sectores de la economía y la población residente. Así por ejemplo, la construcción de un aeropuerto mejora el acceso a

zonas turísticas, pero también facilita los intercambios industriales y comerciales de la propia comunidad residente.
Debido a que dichas infraestructuras son caras, el turismo suele atraer inversiones extranjeras, sobre todo en los países en desarrollo, animadas por el constante crecimiento de la demanda turística y la relativa rapidez en conseguir dividendos, si se compara con otras industrias.

e) ***Contribución de la actividad turística al aumento y distribución de la renta***
Otro de los beneficios económicos del turismo ampliamente reconocido es no sólo el aumento de la renta en el área en la que se desarrolla, sino también la mejora de su distribución, tanto en términos de población como en términos de contribución al equilibrio regional de un país.
En general, se puede afirmar que el turismo representa una posibilidad de mejora económica en el nivel de vida de la población residente, así como un instrumento óptimo para acelerar los posibles cambios positivos que puedan operar en el lugar concreto en el que se desarrolle.

2.3. ***Impactos medioambientales del turismo***

Los impactos que la actividad turística tiene sobre el entorno en el que se desarrolla y asienta son muy diversos. Puesto que las atracciones naturales, por sí solas, son insuficientes para satisfacer a los turistas, necesitan ser completadas con otros elementos de apoyo, como infraestructuras (deportivas, sanitarias, aeropuertos, etc.) y alojamientos.

a) Impactos negativos

C*ontaminación arquitectónica*. Existen numerosos ejemplos de desarrollos urbanos no integrados en el paisaje, con yuxtaposición de edificios con estilos arquitectónicos diferentes, que no siguen las formas de construcción habituales de las áreas receptoras y las tradiciones urbano-arquitectónicas de la zona.
Además de los impactos estéticos y paisajísticos, este tipo de desarrollos arquitectónicos provocan la *segregación de los residentes locales*, especialmente en los países menos desarrollados donde la población receptora no dispone de recursos suficientes para acceder a las facilidades turísticas.

Por otra parte, la congestión del tráfico por la creciente utilización del automóvil en algunos destinos masificados o saturados (tanto en playas como en zonas de montaña), afecta a la calidad del entorno residencial y natural. *La contaminación acústica y la polución del aire* serán mayores en aquellos destinos donde predominen las construcciones verticales con elevadas alturas, que permiten acoger un alto número de visitantes en espacios geográficos de dimensiones reducidas.

Por último, debe ser mencionada la competencia que se establece entre el turismo y otras actividades económicas. Así, por ejemplo, la demanda de suelo para actividades turísticas, sustrae suelo para el desarrollo de otras actividades, como por ejemplo la agricultura; la construcción de una carretera o un aeropuerto afectará al hábitat del entorno.

b) Impactos positivos

Las situaciones de crisis y estrés de un destino han dado lugar a la *aprobación de medidas de conservación y mejora de la calidad ambiental*. Puesto que un entorno bien preservado tiene un valor real para la actividad turística y, por tanto, para la economía local y nacional, el turismo puede contribuir a revalorizar el entorno natural de una zona. Como afirman Mathieson y Wall, "es difícil determinar el grado de responsabilidad única del turismo en la adopción y expansión de medidas de conservación, aunque es evidente que la actividad turística juega un papel de estímulo importante".

La restauración y preservación de edificios y lugares históricos también está estrechamente relacionada con la actividad turística.
Por otro lado, el turismo ha sido responsable de la introducción de *iniciativas de planificación* por parte de la Administración, con el fin de mantener y controlar la calidad ambiental. Desgraciadamente, muchos de estos planes han llegado cuando ya existía un elevado grado de deterioro de los recursos y atracciones. Como sugiere Lea (1991), la expectativa de aumentar el número de visitantes contribuye a aumentar los esfuerzos para la conservación y planificación, especialmente cuando la actividad turística es contemplada como una actividad importante en la generación de recursos y empleo.

3. Principios fundamentales en el desarrollo de la actividad turística

Durante las primeras fases de desarrollo de una actividad turística la población local suele acoger a los turistas con entusiasmo, sin embargo, a medida que la rivalidad por los recursos locales se agudiza, los residentes van retirando su apoyo inicial.
Generalmente se reconoce que, con respecto a los impactos socioculturales, existe un umbral de tolerancia en cuanto a la presencia de turistas por parte de los residentes y que éste varía espacial y temporalmente.
Mientras el número de turistas y sus impactos acumulados se mantengan por debajo de ese umbral y los impactos económicos sean positivos, la presencia de turistas en el destino es aceptada por la mayoría de los residentes.
Sin embargo, si se sobrepasa ese umbral, empiezan a aparecer signos de descontento por parte de la población local que, si son percibidos por el turista, pueden significar una pérdida de calidad en su experiencia turística, especialmente teniendo en cuenta que las actitudes de acogida por parte de la población residente y la seguridad del turista constituyen aspectos claves de la experiencia turística integral.

El umbral hace referencia directa al concepto de capacidad de carga social, que intenta definir los niveles de desarrollo que resultan aceptables para la comunidad receptora y los negocios locales. Existe, asimismo, una capacidad de carga psicológica del turista, que refleja el punto tras el cual la presencia de otros turistas estropean irremediablemente su experiencia y, por lo tanto, su percepción sobre la calidad de la misma.

La carga psicológica suele evidenciarse conforme se masifica el consumo de los bienes públicos (congestión de las playas, carreteras, etc.), existiendo tipos de indicadores de saturación que detectan el umbral de

tolerancia (tanto de la población receptora como de la visitante) y que ayudan a actuar consecuentemente.

Tradicionalmente, la planificación de la actividad turística ha estado más orientada hacia las exigencias de los turistas, planteándose desde la perspectiva de las facilidades y servicios que éstos necesitan, mientras que la cuestión del bienestar de los residentes no se ha tenido en cuenta. Este enfoque no se puede mantener si se pretende garantizar el éxito de las inversiones turísticas a largo plazo. Es necesario proteger los fundamentos mismos de la actividad –entre los que hay que considerar los recursos culturales–, así como garantizar la entrega de una experiencia turística de calidad que mejore la capacidad de retención del destino. Para ello, hay que contar con el consenso de los residentes permanentes de la región visitada.

Es, por tanto, importante que la comunidad local perciba y reciba beneficios de la actividad turística. Por ello y de cara a evitar conflictos entre los dos grupos de población –residentes y visitantes– en la utilización de los recursos locales, es esencial dar la oportunidad a los residentes de participar y decidir sobre la planificación y desarrollo de la actividad en su lugar de residencia habitual. De esta manera, la comunidad local tendrá expectativas realistas sobre lo que puede esperar y se sentirá más motivada para proteger su entorno cultural y natural.

Por otro lado, también es importante que los visitantes tomen conciencia de los efectos que su presencia puede ocasionar. En este sentido, es conveniente que sepan valorar la riqueza del entorno sociocultural que los acoge. Aunque las campañas de sensibilización pueden ser muy poco operativas en destinos masificados, en otros contextos pueden dar un buen resultado.

En definitiva, la planificación debe garantizar un desarrollo integrado del turismo en la comunidad receptora, asegurando la satisfacción de las necesidades de los turistas, pero maximizando el bienestar de los residentes. El concepto de capacidad de carga social, esta estrechamente relacionado con el de desarrollo turístico sustentable, debe guiar el proceso de planificación, aunque sigue siendo un gran problema la utilización de medidas de evaluación o herramientas de gestión, debido a su inherente subjetividad.

4. El desarrollo sustentable

"Hoy, los nuevos modelos formales del turismo, que pretenden acomodarse a las nuevas motivaciones turísticas, se basan en la característica esencial de la desmasificación. Por ello deben crearse nuevos escenarios turísticos de futuro, donde se evite el deterioro que han sufrido aquellos productos o destinos tradicionales, vinculados a un uso indiscriminado de los recursos y a la ausencia de objetivos a largo plazo"[5].

[5]**CAMINHOS DE GEOGRAFIA** - REVISTA ON LINE PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA INSTITUTO DE GEOGRAFIA UFU Caminhos de Geografia 3, Out/ 2002 Turismo, patrimonio cultural y Desarrollo Sustentable.

El desarrollo sustentable aparece como una alternativa desde hace ya varias décadas, y al igual que otros modelos (algunos antropocéntricos otros ecocéntricos), surge a partir de la crisis ambiental causada por una racionalidad meramente económica y la progresiva pérdida de confianza en la viabilidad del modelo de crecimiento económico y modernización, como única estrategia. La evolución de estos paradigmas refleja los cambios en la percepción ambiental desde una preocupación inicial acerca de las externalidades del crecimiento económico, hasta el interés por cuestiones de diversidad e integridad cultural y natural, sustentabilidad y derechos intergeneracionales.

Según la Organización Mundial del Turismo, (OMT) el turismo sostenible es:
"*Aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades del futuro"*
El turismo debe, como los otros sectores de la actividad humana, "participar en la satisfacción de las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para responder a sus propias necesidades"[6]

La OMT organizó, a partir de 1995, una Conferencia Mundial del Turismo duradero, en Lanzarote (España). Ésta concluyó con el lanzamiento de la Carta del Turismo Sustentable según la cual el turismo debe:

- favorecer el desarrollo económico y social y, en particular contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones locales;
- canalizar las derramas del desarrollo turístico a favor de las poblaciones locales, y permitir un control local del proceso turístico por las colectividades interesadas.
- facilitar la gestión de los recursos del patrimonio natural o cultural, lo que significa preservar y, si es posible mejorar, el patrimonio que debe dejarse a las generaciones futuras.

En la Conferencia de Río de 1992, también se señalaba la necesidad de:

• Respetar y cuidar la comunidad de vida.
• Mejorar la calidad de la vida humana.
• Conservar la vitalidad y diversidad de la Tierra.
• Minimizar la destrucción de recursos no renovables.
• Mantenerse dentro de la capacidad de carga de la Tierra.
• Cambiar las actitudes y prácticas de la población para adoptar la ética de la vida sustentable.
• Capacitar a las comunidades para cuidar de sus entornos.
• Promover un esquema nacional para integrar desarrollo y conservación.

Otra de las definiciones más populares ha llegado de la mano del Informe Brundtland, este documento supone que en términos generales el desarrollo sustentable demanda estrategias diversificadas que permitan mejorar la realidad social, política, económica y ambiental específica de cada lugar.

[6]Declaración de Río de Janeiro 1992

La interpretación dominante del desarrollo sustentable postula el alcance de los objetivos tradicionales del desarrollo (bienestar social y aumento de la productividad económica) a partir de la adopción de criterios de sustentabilidad ecológica en el uso de los recursos a largo plazo. Muchos países han elaborado sus propias interpretaciones, pero en pocos casos se ha traslado a líneas directas de acción.

Entre estas acciones el turismo se perfila como una actividad que puede contribuir con estas formas de desarrollo si logramos limar las asperezas que este ha tenido en propuestas anteriores. Es clara la importancia del turismo para algunos espacios y de sus impactos sociales, económicos y territoriales en la estructura previa de los lugares sobre los que se desarrolló y a los que influye directa o indirectamente. El turismo es constructor de paisajes en términos de gestión, con creación de composiciones territoriales, con cambios de perspectiva y de percepción. Se ha convertido en un elemento clave para la mejora de la calidad de espacios degradados y la valoración del patrimonio, o por el contrario el causante de espacios degradados, muy artificializados y fuera de contexto.

Para la búsqueda de la optimización, en calve de sostenibilidad, de la gestión el patrimonio turístico se hace necesaria la observación de las siguientes pautas de actuación:

- ***Accesibilidad***: Fijación de los límites de capacidad de carga de los recursos turísticos, canalizando de manera adecuada el flujo de visitantes y realizando una adecuada gestión de los horarios y de las condiciones de accesibilidad al patrimonio.
- Investigación: Potenciar las investigaciones y estudios de forma que suministren datos e indicadores fiables sobre el flujo de visitantes y la capacidad de carga de los recursos turísticos.
- ***Formación:*** Mejorar y especializar la formación de los recursos humanos para adaptarse a las necesidades de las distintas demandas de turismo cultural y favorecer la formación de gestores de museos, monumentos, etc. También es necesario dar formación a la población local residente sobre su patrimonio, de forma que sean más respetuosos con el mismo y con el medio ambiente, así como dar información sobre las culturas y países de procedencia de los visitantes.
- ***Promoción y comercialización***: Orientadas a diversificar la oferta mediante la creación de nuevos productos de modo que se distribuyan mejor los flujos turísticos entre los distintos recursos y a lo largo del año, y de este modo permitir una mayor rentabilización de las infraestructuras existentes. Además, es necesario orientar la promoción hacia la educación cultural de la demanda.
- ***Interpretación***: Sobre los recursos patrimoniales, atendiendo a la autenticidad y la identidad local, lo que exige una continua actualización de la información en los distintos formatos de presentación.
- ***Presentación***: Reconocimiento de la dialéctica de los grupos turísticos, ya que cada uno de ellos (excursionistas, hombres de negocios, etc.) tiene unas necesidades y motivaciones diferentes en la contemplación de los recursos patrimoniales. Es necesario realizar una delimitación del patrimonio de modo que se creen unas infraestructuras y un diseño urbano que permita mejorar la calidad de vida de los residentes y faciliten el desarrollo de la actividad turística.

- ***Financiación:*** Establecimiento de una tasa de retorno en la comercialización del patrimonio, es decir, detraer de las rentas turísticas recursos que se destinen a la conservación y mejora del patrimonio y ofrecer incentivos para la realización de inversiones orientadas hacia la mejora del medio ambiente y la preservación del patrimonio.
- ***Coordinación***: Dada la complejidad competencial es necesaria la coordinación y cooperación entre las Administraciones Públicas y el sector privado.

Dichas pautas de actuación deben aplicarse mediante la sustitución del enfoque exclusivo de "conservación y vigilancia" por el de "revaloración turística", al tiempo que deben estar encaminadas a la búsqueda de la calidad. No obstante, lo fundamental es que todos los agentes implicados, ya sean los residentes, visitantes de la zona, la Administración, eviten que los denominados límites de cambio aceptable sean superados.

4.1. Turismo Sustentable:

En el campo del turismo, se introduce el concepto de *turismo sustentable*, con la pretensión de compatibilizar el desarrollo turístico y la conservación de los recursos utilizados en dicho desarrollo. Se trata de adoptar una visión de la actividad más a largo plazo, centrada en la preservación de aquellos elementos que han favorecido el nacimiento de un destino turístico. La protección del medio ambiente, mediante la conservación de los recursos de los que depende el turismo, puede aportar grandes ventajas a los mercados turísticos: mayor satisfacción de los consumidores, mayores oportunidades de inversiones futuras, un estímulo para el desarrollo económico y una mejora del bienestar de la comunidad receptora. En definitiva, el objetivo que preside la actuación económica (obtener el máximo beneficio) y el objetivo ecológico (guiado por la idea de conservar y hacer un buen uso de los recursos renovables o no renovables) deben verse como objetivos compatibles, intentando resolver las áreas de conflicto que inevitablemente han de surgir.

5. Planificación turística*: integración de los aspectos sociales, económicos y medioambientales*

El turismo es una actividad muy compleja, no sólo por el número de agentes implicados (empresarios, visitantes, población residente, Administración), sino también, por los efectos que tiene sobre el entorno social y natural, y sobre otras actividades. Por ello, es necesario que su desarrollo se lleve a cabo de la manera más ordenada posible, intentando reducir todos aquellos impactos que pueden repercutir negativamente en el mismo.

La planificación turística tiene como finalidad definir los objetivos de desarrollo de esta actividad, indicando los medios para llevarlo a cabo, intentando maximizar los beneficios económicos, sociales y culturales, y buscando alcanzar un equilibrio estable entre la oferta y la demanda turística. El plan de desarrollo turístico es, por tanto, un documento que plasma los objetivos de la política turística, delimitándolos en un espacio y en un período de tiempo determinado. Así, puede llevarse a cabo tanto en nuevos espacios turísticos, como en destinos maduros en los que es necesario ajustar la oferta a los cambios del mercado. Por otra parte, la planificación a corto y medio plazo

suele ser la más habitual, puesto que permite ajustarse mejor a los rápidos cambios del mercado.

Dependiendo de los objetivos a alcanzar, la planificación turística puede llevarse a cabo a nivel local, regional, nacional o supranacional.

Con relación a los impactos del turismo sobre el entorno medioambiental, la planificación debe avanzar hacia la integración del concepto de desarrollo sustentable, el cual como se mencionó anteriormente, hace referencia al desarrollo de la actividad turística, evitando la degradación y agotamiento de los recursos que hacen posible su existencia y mantenimiento a largo plazo.

El proceso de planificación tiene varias etapas que parten desde una definición de los objetivos, hasta el establecimiento de los medios para conseguirlos. Siguiendo a Getz (1983), podemos distinguir tres etapas fundamentales:

1. Formulación de un modelo de priorización de objetivos

Esta fase exige analizar la situación e identificar los problemas, señalando los objetivos que se quieren alcanzar. La planificación debe asegurar que los objetivos perseguidos por las autoridades locales, la población receptora, las empresas y los visitantes, puedan ser alcanzados en armonía. Puesto que el principal objetivo debe ser maximizar la contribución del turismo al bienestar humano, el proceso de planificación debe realizarse contando con la cooperación de todos los agentes implicados en la actividad, especialmente la población receptora que, si bien se beneficia del desarrollo de la actividad, también sufre un elevado coste (pérdida de valores culturales, segregación, etc.). Esto implica la coordinación entre el sector público y el sector privado a nivel nacional, regional y local.

2. Evaluación de las estrategias

En esta etapa se valoran y formulan las alternativas de actuación. Existen diferentes formas de intervenir en un espacio económico que pueden plasmarse en diferentes programas de actuación. En esta fase han de valorarse las opciones posibles para alcanzar los objetivos marcados, eligiendo la alternativa mejor. En efecto, es indispensable seleccionar la opción óptima en términos de maximización de beneficios y bienestar para el área y los residentes. Para ello pueden utilizarse técnicas como el análisis coste-beneficio o el análisis de percepción.

3. Selección de procedimientos

Por último, se debe proceder a la elaboración del contenido de los programas de actuación, asignando los recursos necesarios para llevarlos a cabo. Como se sabe, los recursos son escasos y limitados. Por ello, su utilización para el desarrollo de una actividad concreta implica el sacrificio de otras posibilidades; es decir, existe un coste de oportunidad.

En esta etapa hay que estudiar y decidir qué instrumentos son los más adecuados para conseguir los objetivos marcados y desarrollar los programas propuestos (cambios legislativos, inversiones públicas, incentivos fiscales, subvenciones, planes de formación, programas de concienciación, etc.), comprometiendo recursos y actuaciones y determinando el grado de participación del sector privado y de la población.

La planificación debe apoyarse en otros mecanismos, además de los anteriormente citados. De especial importancia es la realización de estudios de impacto y auditorias ambientales. Los *estudios de impacto* ayudan a definir los efectos que tendrá un proyecto sobre el entorno natural, social y económico, comparando la situación presente con la prevista en un futuro, una vez realizado el proyecto. Este tipo de estudio, al comparar la situación inicial con la futura, permite determinar las actuaciones requeridas para reducir o eliminar los efectos negativos del proyecto. Una auditoria ambiental debería, asimismo, comprobar el grado de conformidad de la actividad turística en un destino con las necesidades de los visitantes y de los residentes; es decir, combinar la sustentabilidad ambiental, económica y social.

6. Capacidad de carga:

Un concepto íntimamente ligado a la planificación –y al desarrollo sustentable– es el de *capacidad de carga*. Aunque la definición más utilizada es la que alude a los impactos físicos de la actividad turística, también debe tenerse en cuenta la capacidad de carga sociocultural y económica.

Para Mathieson y Wall (1982, p.21) es *"el máximo número de personas que pueden utilizar un emplazamiento, sin provocar una alteración inaceptable en el entorno natural y un declive inaceptable en la calidad de la experiencia de los visitantes".* Puesto que este concepto implica plantearse el desarrollo de la actividad de forma tal que puedan conservarse sus atractivos básicos, evitando cualquier acción depredadora, debe estar presente en la planificación de un destino turístico.

Ciñéndonos a los impactos ambientales, Burton distingue tres conceptos distintos de capacidad de carga:
• *La ecológica*: supone la determinación del nivel de degradación ecológica considerado como aceptable.
• *La paisajística*: implica la posibilidad de absorción del uso recreativo por un paisaje.
• *La perceptual*: determina la medición del grado de saturación de un recurso.
La aplicación de este concepto no está exenta de problemas, ya que hay que tener en cuenta que los actores involucrados en la actividad turística tienen diferentes intereses y expectativas.

Partiendo del concepto de capacidad de carga, se han desarrollado actuaciones que pretenden limitar la presión sobre los recursos naturales por parte de los visitantes en algunas zonas turísticas:
• *Acceso restringido*: el número de visitantes puede controlarse, por ejemplo, a través del número de entradas vendidas, estableciendo unos precios elevados, por la capacidad de los parkings, etc.
• *Facilidades limitadas*: prohibición de construir alojamientos adicionales, limitación de licencias de apertura de actividades, etc.
• *Programación*: limitando una o más actividades en diferentes momentos del día, de la semana, etc.
• *Zonificación*: incluye la catalogación y evaluación de los recursos ambientales y turísticos más significativos del área con el fin de elaborar mapas que delimiten las zonas donde la actividad turística y el entorno sean compatibles.

• *Desarrollando destinos alternativos* en caso de presión excesiva, etc.

La consideración de los aspectos medioambientales puede ayudar a desarrollar una gestión más racional de los mismos, sin embargo, se debe tener en cuenta que la planificación no es un proceso sencillo.

Relevamiento del Tigre:

El Tigre

El Partido de Tigre es uno de los lugares más antiguos y atractivos de la Provincia de Buenos Aires. Este sitio esconde en cada uno de sus rincones momentos históricos que fueron trascendentes para nuestra patria.

El distrito de Tigre está situado al noreste de la provincia de Buenos Aires, a 32 km de la Capital Federal, sobre la margen derecha del río Paraná, al norte de la Ciudad de Buenos Aires, de la cual dista 39 km. Está integrada por las localidades de General Pacheco, El Talar, Don Torcuato, Benavidez, Dique Luján y la Primera Sección de Islas del Delta. Sus límites son: al norte el río Paraná de las Palmas, al noreste el Río de la Plata, al sudeste el partido de San Fernando, al sur con el partido de San Martín, al sudoeste con el partido de General Sarmiento y al oeste con el de Escobar.
Su superficie total (continente e islas) es de 368 km2 y su población es de 257.228habitantes.
Con respecto a su clima este es húmedo y templado, observándose un suelo arcilloso y con humus.

Hoy en día, el Tigre es un paseo tradicional de fin de semana, y desde hace unos años está en pleno crecimiento y modernización. Existe un sistema de transporte colectivo con unas 50 lanchas con capacidad para 100 pasajeros cada una, con cabecera casi todas en la estación fluvial de Tigre. Además hay una decena de catamaranes, lanchas de excursión y barcos dedicados exclusivamente a realizar excursiones por el Delta con contingentes turísticos.

Demografía

Según estimaciones para junio de 2007 la población era de 333.095 habitantes.

Población 1991 : 257.922 habitantes (INDEC, 1991)

Población 2001 : 301.223 habitantes (INDEC, 2001) , de los cuales 148.057 son varones y 153.166 mujeres. Y una densidad de 836,7 hab/km².

La tasa de analfabetismo es del 1,7%.

Intendente: Julio Zamora.

Características generales:

Heráldica:

Forma: oval, cortado y medio partido, bordura con lemas toponímicos en orla

Trae en el primer cuartel a la diestra una arboleda de troncos y ramajes desnudos, una zanja en franja y a siniestra un yaguareté bebiendo en la zanja.
Trae en el segundo cuartel un sol naciente en el horizonte y debajo una fábrica, una rueda dentada y herramientas.
Trae en el tercer cuartel variedad de frutos rodeados por flores
Ornamentos una gran cartela de pergamino con rollos hacia adentro los dos inferiores y hacia afuera los dos superiores.

El escudo original es una obra realizada directamente a cincel sobre chapa de bronce. Su creador -el artista plástico tigrense Juan Carlos Moretti-, reunió en el mismo, a modo heráldico, todos los elementos simbólicos del lugar.
Fue aprobado como escudo oficial del Partido, por la Ordenanza Municipal N 650/52 de fecha 3 de octubre de 1952.

Simbología:

Siguiendo en parte las reglas de la heráldica se eligió representar las actividades principales y su geografía por lo que triunfa el sentido paisajista en el campo del escudo de armas que además fue confeccionado de una manera no tradicional: cincelado en chapa de cobre y carece de esmaltes, la interpretación de muchas de sus figuras dependen de la descripción del creador.

El campo superior muestra al yaguareté, animal que abundaba en la localidad, según datos aportados por sus habitantes, es el que más tarde dio origen al nombre de la ciudad y del río que la cruza. Los árboles que bordean el río representan la fertilidad, que propicia una de las principales riquezas del lugar.
La mitad inferior izquierda tiene las fábricas y herramientas que son patrimonio del hombre de bien, iluminadas por el sol naciente como símbolo de prosperidad que corona el esfuerzo.
La mitad inferior derecha la variedad de frutos representan la abundancia de los mismos. Todos éstos elementos orlados por la flor de ceibo llevada por primera vez a la heráldica del país- que a entender del artista, habla por sí misma de nacionalidad, ya que crece sola y agreste a orillas de nuestros ríos. Todo enmarcado por los pliegos del pergamino, como símbolo de la antigüedad del lugar.

Origen del nombre:

El Tigre, ubicado en el Noreste bonaerense, es uno de los lugares más antiguos de la provincia. Andar de recorrida por sus calles significa hallar por doquier trazas de momentos que hicieron a la historia de nuestra patria, pero es a su vez moderno, activo y actual.

Hoy en día, la ciudad combina matices de su esplendoroso pasado en sus grandes casonas de la Belle Epoque y sus museos, con una moderna infraestructura símbolo de su actual progreso.

Se llama así, desde el año 1952. Se desconoce a ciencia cierta el porqué de ese nombre, las historias son variadas.

La más comentada habla acerca de que, luego de una inundación, se vio a un tigre que venía flotando sobre un camalote. A raíz de esto, se le habría cambiado el nombre de entonces: "De las Conchas", por el actual.

Otra de las versiones cuenta que en la zona del Partido de las Conchas e islas, existían yaguaretés (tigre americano), que perseguían sigilosamente a los ciervos que abundaban en la zona y los cuales buscaban refugio, cruzando el río a la ribera opuesta, donde generalmente les daban muerte.
Habitaban cazadores, pero una pareja - hombre y mujer - muy mentados por su habilidad para darles caza sin que pierda valor su cuero, los atrapaban utilizando una canoa muy primitiva, que con destreza hacían navegar silenciosamente esperándolos en tierra firme. Con el brazo izquierdo envuelto en un trapo y en el derecho el cuchillo, los enfrentaban y de acuerdo al salto del animal, se corrían por debajo de éste y dirigían el puñal al corazón, volcándose hacia la izquierda.
Algunos yaguaretés se habían refugiado cerca de lo que actualmente es la estación del ferrocarril y ésta pareja les dio caza no sin antes tener como trofeo muchas marcas de sus garras en el cuerpo.
De allí proviene el nombre de Tigre, que primero se le dio a la planta urbana y que actualmente lo lleva todo el Partido.

Por ultimo dos versiones mas cortas sobre su origen, la mas creíble, hace referencia a la existencia en la zona de yaguaretés (tigre americano), que venían de la selva misionera y la otra es por el colorido de los ocres, amarillos y naranja, que tienen los árboles de las islas en otoño, y que observadas desde lo alto tienen semejanza con la piel del tigre.

Geografía

La parte continental de Tigre se integra a la Pampa Ondulada y está surcada por ríos y arroyos. La parte insular pertenece al Delta constituido por depósitos aluvionales del Paraná en constante crecimiento. El Delta está dividido en secciones de las cuales la primera sección pertenece al municipio de Tigre y está configurada por más de 350 ríos y arroyos.

Esta pintoresca zona paranaense abarca aproximadamente unos 13.900 Km². Es una región deprimida de origen aluvional, formada por los sedimentos del gran río Paraná.

A la consolidación y levantamiento del suelo de las islas y de los bordes de los ríos, riachos y arroyos contribuye la vegetación del delta, que cubre con su manto verde no sólo la superficie de las islas, sino también grandes extensiones de agua.

Desde el punto de vista fitográfico, el delta corresponde a la provincia botánica paranaense perteneciente al dominio amazónico. La vegetación, de tipo subtropical, está constituida por selvas ribereñas semejantes a las que marginan a los ríos Paraná y Uruguay y sus afluentes, pero gradualmente más empobrecidos a medida que se alejan del trópico. El clima es templado - cálido, con máximas y mínimas absolutas de unos 41º y 4º, respectivamente y una media anual de alrededor de los 15º en tanto que las lluvias se acercan a los 1.000 mm. por año.

La primera sección es, esencialmente, de actividad turística y recreativa.

Uno de los ríos gigantes del mundo, el Paraná (guaraní: padre del mar) es el responsable de esta formación geológica formidable, que: corre a lo largo de 4000km, derrama más de medio millón de m3 de agua cada año, forma una hoya hidrográfica de alrededor de 2.800.000km2, y aporta más de 200millones de toneladas cada año de material sólido.

Como río de llanura las aguas turbias del Paraná serpean tortuosamente y a su paso originan numerosas islas por deposición de sedimentos que lo van dividiendo en miles de brazos. Finalmente, esa maraña de tierras y aguas forman el Delta.

Geología

La zona donde hoy se encuentra emplazada la localidad de Tigre es en sí misma una verdadera isla deltaica, ya que está rodeada por los ríos Reconquista (ex río de las Conchas), el río Luján y el propio río Tigre.

Esta zona sufre constantes inundaciones, que han sido controladas en parte por las obras de construcción de canales y corrección de cursos.

A comienzos del siglo XX toda el área fue elegida por productores locales para el desarrollo de quintas dedicadas a la producción sobre todo de frutales. Esta actividad fue mermando con la preponderancia de otros lugares del país como por ejemplo el Alto Valle del Río Negro

La Primera Sección se encuentra próxima a la desembocadura en el Río de la Plata, en donde el Delta se extiende en forma de amplio abanico de brazos naturales, islas y bancos.

Nuestro Delta ofrece varias particularidades dignas de mención, es tal vez el único del mundo que no desemboca en el mar, sino en otro gran río, siendo sus aguas enteramente dulces; geológicamente hablando es una formación nueva en desarrollo.

Historia del Tigre:

Los Primeros pobladores del Delta

A la llegada de los españoles, había dos tipos de grupos nativos viviendo en islas los Chana-Timbú y los Guaraníes. Los Chana-Timbú eran seminómades, cultivaban maíz, zapallo y quizás mandioca. Cazaban y pescaban. Se situaron sobre ambas márgenes del Río Paraná, a lo largo del litoral formado en las actuales provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos y Corrientes.Su economía estaba bastante desarrollada pues los demás nativos de los alrededores hacían trueque con ellos para obtener sus productos. Poseían cerámica y utilizaban, para desplazarse, canoas.Eran canoeros y desarrollaron una gran movilidad a lo largo del Paraná y sus afluentes, por lo que se los considera semisedentarios. Las numerosas canoas que los españoles describen en sus relatos, eran de un sólo tronco y medían entre ocho y veinte metros de longitud. Lograron poseer adornos de metales gracias al comercio con lejanos pueblos andinos. Se adornaban con tambetá y narigueras. El metal que utilizaban para hacer sus adornos provenía del intercambio con otros pueblos. Tenían algunas costumbres curiosas como cuando moría alguien allegado solían cortarse una falange. Una práctica de varios pueblos de la zona.

El pueblo Guaraní fue el más importante del litoral, extendiendo su hábitat desde el Amazonas hasta el Río de la Plata. Aún hoy se conserva su idioma lo cual muestra su importancia. Su afición a viajar por el Paraná en canoa permitió su dispersión en sus márgenes y en las islas.

Se dedicaron mayormente al cultivo de la tierra. En la huerta cultivaban legumbres, verduras y frutales. La mandioca, el maíz, la batata y el zapallo, el maní, el poroto, el algodón, el mate y la bixa, de cuyo fruto se extrae una tinta rojiza con la que pintaban sus cuerpos. Aunque trabajaron la tierra, nunca desarrollaron técnicas avanzadas por lo que se los denomina agricultores incipientes. La caza, pesca y recolección fueron secundarias.

Practicaban el cultivo en terrenos de poca extensión, pues la selva tropical se lo tragaba todo. Utilizaban una técnica para sembrar, conocida como "milpa", que consistía en: desmonte, quema de maleza y siembra, todo en un terreno delimitado. Tras la extensión de fuego, la ceniza acumulada era desparramada por toda la superficie para que actuase de abono.

Los varones realizaban el corte de la maleza y quemazón; las mujeres, sembraban y cosechaban. Este método agrícola agotaba el suelo, por lo que debían pasar a otro terreno y luego a otro. Esta situación llevó a los guaranís a conformar aldeas reducidas y a mudarse cada cinco o seis años a otras tierras. No eran nómades.

Conocían la técnica de ahumar los peces y la carne de caza, para mantenerla en buen estado. Machacando el maíz hacían la chica, bebida embriagante.

Gran parte de sus actividades estaban ligadas a los cursos de agua. Fueron hábiles navegantes y constructores de canoas, que hacían con grandes troncos ahuecados. También fabricaban balsas con cañas que movían con larguísimos palos.

Los peces más chicos eran pescados con hilo y anzuelo, de madera o metal, y con arco, los de gran tamaño. Además utilizaban la red, ya que construían pequeños diques en los arroyos para localizarlos con facilidad.

Vivían en grandes casas comunales donde residían varias familias bajo el mando de un jefe. Varias casas separadas por una plaza constituían una aldea típica, una empalizada la protegía de los eventuales enemigos. Dormían en hamacas. Iban desnudos aunque podían tener una prenda parecida a un camisón hecho de algodón. Se adornaban con tambetá.

Sus armas principales eran el arco con flechas cuya punta era de madera. Poseían hachas de piedras. Utilizaban cerámica a veces pintada. Las urnas eran utilizadas como ataúd (urnas funerarias).

Creían en un Dios que podía ser bueno o malo según las circunstancias. Entre las prácticas guerreras y como parte del ritual algunas veces comían a sus prisioneros de guerra. Existía un cacique, algunas veces se reunían varios de estos en un concejo de caciques para tratar temas importantes. Eran polígamos, según las posibilidades económicas de cada individuo.

Con la llegada de los Jesuitas fueron reducidos y crearon una sociedad muy organizada y dinámica, la cual se derrumbó con la expulsión de esta orden religiosa.

En la isla del Paycarabi, Felicaria y la Barquita se hallaron sepulturas indígenas.

Recién en tiempos posteriores, a fines del siglo pasado, empezó en gran escala la explotación agrícola e industrial de las islas. Antes las islas sólo estaban pobladas por unas pocas personas que poseían pequeñas huertas. Un hecho decisivo fue en 1895 se les concedió a los ocupantes de los terrenos la propiedad de los mismos.

Evolución del Tigre:

Desde mucho tiempo antes de que llegaran los españoles a las orillas del Río de la Plata a principios del siglo XVI, las tierras del actual partido de Tigre estaban pobladas, si bien muy escasamente. En las islas de tigre han sido hallados diversos túmulos o cementerios indígenas, de pueblos canoeros guaraníes que vivían de la pesca y el cultivo de maíz, con una alfarería poco evolucionada. Estos aborígenes habitaban la *"frontera meridional"* del vasto mundo tupi-guaraní, delimitado al norte por el Amazonas y al sur en este punto del Paraná, o "río pariente del mar".
La primera mención histórica del territorio se remonta al 24 de octubre de 1580

en un documento firmado por el flamante refundador de Buenos Aires, Juan de Garay, quien otorgó una merced de tierras en el valle del riachuelo de las Conchas, que 'ha de correr con otra tanta suerte por la Tierra adentro legua y media' a Gonzalo Martel de Gusmán, miembro de la expedición proveniente de Asunción por tierra y río, que fundó Buenos Aires una segunda y definitiva vez.

Juan de Garay llamó riachuelo de las Conchas al curso de aguas muertas, hoy conocido como río de la Reconquista, que hasta principios de siglo veinte albergaba caracoles o conchas de agua dulce. El riachuelo de las Conchas y su valle de llanura fueron uno de los pagos que rodearon la naciente aldea de Buenos Aires en 1611 ya había unos diecinueve labradores que cultivaban trigo en la comarca. Si la tierra silvestre valía poco -unos 50 pesos de la época por un lote de 300 varas de frente por una legua de fondo-, los campos sembrados y las chacras podían costar diez veces más.
Ya entonces, en la anegadiza desembocadura del riachuelo de las Conchas funcionaba un primitivo puerto de cabotaje, nexo entre el mundo fluvial de las islas y la no muy distante aldea de Garay, a un día de camino, que se aprovisionó desde un principio con la leña y la madera del Paraná.

Junto a las naves de cabotaje (o contrabando) y el río, se fue articulando un caserío que a mediados del siglo XVIII comenzó a figurar en los documentos como pueblo de Las Conchas, nombre que también se aplicaría al pago de Las Conchas, establecido a fines de ese siglo.
En los mismos años en que se reconoció la existencia del pueblo de Las Conchas se lo clausuró como puerto, nada menos que por una cédula real que declaraba a Santa Fe "puerto preciso". En otras palabras, ninguna nave regular con bandera de España tenía nada que hacer en el río Las Conchas.

Esta medida fue una tardía respuesta al creciente tráfico clandestino de mercaderías provenientes de Colonia del Sacramento, que pasaban de las naves contrabandistas a tierra firme por el cómodo puerto de Las Conchas. Al sur de Buenos Aires, en Quilmes y la Ensenada de Barragán, sucedía lo mismo.

Desde 1680, cuando los portugueses se afincaron en la otra orilla del Plata, hasta fines del siglo siguiente, cuando se los expulsó, hubo que enviar refuerzos a la Guardia de Las Conchas, pues este punto era uno de los cerrojos externos de Buenos Aires. A la cabeza de los refuerzos fue comisionado el capitán Domingo de Acassuso, militar madrileño que el gobernador Herrera envió desde Buenos Aires al pago de Las Conchas para contener de algún modo el contrabando portugués. El capitán Acassuso tuvo suerte, pues capturó a los contrabandistas con sus mercaderías, básicamente géneros, producto que en el Plata del siglo XVII podía valer muchas cuadras de campo.

El Real Consulado destinó 3.000 pesos para los gastos de traslado. En febrero del año siguiente el virrey y la virreina marqueses de Sobremonte con su séquito, regimiento y banda de dragones asistieron, entre arcos triunfales y cohetes, a la fundación de San Fernando de Buena Vista, así llamado por el bonito panorama que se observaba desde esa última lomada en honor del príncipe heredero, futuro Fernando VII. De inmediato se dio inicio a la construcción de un canal a través de los bañados, que permitiera a las naves

llegar hasta un futuro puerto de San Fernando, es muy probable que este canal de un kilómetro haya sido la obra civil más importante que se emprendió en el

Virreinato del Río de la Plata. También se ordenó despoblar Las Conchas, y así 143 vecinos concheros emigraron a La Punta.

Pero ya entonces las ordenanzas de este tipo se cumplían con morosidad y el despoblado Las Conchas se resistió a desaparecer. En agosto de 1806, año en que nació San Fernando y debió morir Las Conchas, el capitán Santiago de Liniers encontró de extrema utilidad desembarcar en el puerto de guardia frente a la casa de Goyechea con una fuerza expedicionaria que desalojaría a la primera invasión inglesa de Buenos Aires. A raíz del desembarco de Liniers, el riachuelo o río de las Conchas perdería a mediados del siglo XX su nombre monárquico, adaptándose el más republicano de río de la Reconquista. Consta que el ejército reconquistador halló dificultad en superar los pantanos del camino a San Fernando, pues el de 1806 fue un invierno lluvioso.

Los estragos que sufría Las Conchas no habían terminado. A un año de la Revolución de Mayo de 1810, los navíos españoles hostigaban estas orillas y en repetidas ocasiones desembarcaron tropas, asolando la comarca en ademán de anacrónico reconquista.
Para defenderse, los vecinos organizaron una compañía militar que luego devendría en el regimiento de Colorados de Las Conchas y también se alistaron como marinos en las primeras naves de corso del flamante país. En 1812, en Las Conchas quedaban 60 familias, en su mayoría pescadores, labradores y comerciantes de frutas. Los habitantes, además de las invasiones de ingleses, portugueses o españoles, sufrían las repetidas invasiones de las aguas: en 1813 se menciona 'nuevos ríos que se van formando, como es el que llaman el Tigre'. Según Enrique Udaondo, en un plano de 1805 el nombre del Tigre aparecía como 'un arroyito insignificante'.
El proceso natural que terminaría con Las Conchas y daría origen a Tigre culminó en 1820. Año de gravísima crisis política en las Provincias del Sud, mientras San Martín luchaba en el lejano Perú y se esperaba de un momento a otro una gran flota española en el Plata, la naturaleza aportó un desastre más a la comarca.

Otra sudestada, que provocó una creciente entre el 19 y el 20 de junio, se llevó el pueblo con más de un centenar de sus almas, y abrió definitivamente un nuevo curso fluvial, transformando el insignificante arroyito del Tigre en un cauce capaz de recibir las naves que hasta entonces hacían puerto en el río Las Conchas, que el Tigre desangró de su caudal.
El río viejo no desapareció, pero quedó impracticable y su puerto languideció, pues además de haber aparecido otro mejor, la península donde se encontraba se había transformado en una isla.

Pero había nacido Tigre. Una polémica comenzó entonces entre los vecinos de Las Conchas, partidarios del nuevo puerto que reclamaban un puente para carretas sobre el nuevo río para alcanzar la nueva isla, y los vecinos de San Fernando que defendían el canal artificial hasta su pueblo.
Una vez más, los vecinos de Las Conchas sufrieron un revés, pues se decidió

por la construcción del canal. El vecindario de Las Conchas se resignó a construir un veredón o terraplén que asegurara las comunicaciones en todo tiempo con San Fernando y Buenos Aires. El terraplén llegó hasta el canal, en cuya excavación se dice que trabajaron los prisioneros tomados en las invasiones inglesas.

El hecho es que ya en 1827, a raíz de la guerra con Brasil (que tenía una flota en el Plata), el gobierno de Rivadavia prohibió 'los desembarcos por otros puntos que no sean los de los Conchas, Tigre y Canal de San Fernando'. Hay una interesante descripción de la comarca visitada en 1828 por el naturalista francés D'Orbigny, quien al regreso de una expedición al Chaco desembarcó en Conchas por temor a los corsarios brasileños. '... *Recorrí la aldea de las Conchas, la que es por su aspecto como una de esas pequeñas aldeas del Sena, y se extiende a lo largo del río Las Conchas. Se compone solamente de cosas donde se expenden diversos artículos caros y ordinarios y bebidas llamadas para marineros, quienes los frecuentan. Una fila de barcos ocupa las riberas fangosas del río, sobre el cual están situadas las casas colocadas sin orden, en medio de huertas, bosques y de tierras inundables a tal punto, que las grandes mareas del Plata, que frecuentemente tienen gar, se ven en la necesidad de andar en canoas de una a otra cosa'.*

Conchas. El primero es un lindo pueblo que ve lo mismo que Barracas y sus cercanías de residencia en verano a muchos ricos porteños. En La Punta, situada a más de una legua al oeste de San Isidro, se hunde enteramente el barranco (...) por detrás, en cuanto puede extenderse la vista, el país es llano, pantanoso, cubierto de zarzales y espinilla que se envía en cantidad a Buenos Aires como leña. Toda la comarca está llena de jaguares. El pueblo de las Conchas está a más de media legua de La Punta, en la parte más llana del país, al borde de un arroyo que desagua en el río Luján, un poco antes de desembocar éste en el Paraná. Pueden llegar hasta este sitio los embarcaciones de muchas toneladas y en él descargan sus géneros todos los que bajan por el río viniendo del Paraguay...'

Durante el gobierno de Rosas, el general Ángel Pacheco y de la Concha compró la gran estancia de El Talar en el pago de Las Conchas, tierras que antes pertenecían a López-Camelo.

El pueblo del General Pacheco debe su nombre a este guerrero de la Independencia, que luchó con San Martín junto a los granaderos a caballo. A fines del siglo XIX, sus descendientes construirían en la estancia de El Talar una bella mansión, que hoy es parte de un barrio privado, así como la iglesia de General Pacheco.

En 1854 se censó que el partido de Las Conchas tenía 960 habitantes, de los cuales 10 % eran extranjeros (españoles, ingleses, franceses, italianos, portugueses y de otras nacionalidades).

En Las Conchas había diez pulperías y almacenes, 24 casas y 166 ranchos. Además del comercio y la artesanía, las actividades productivas del pago (que tenía una superficie de 13 leguas) eran la agricultura, con una legua cuadrada de superficie cultivada distribuida en 82 chacras, y la ganadería, con 3.200

vacas, 2.000 yeguarizos y 4.200 ovejas.

El partido de Las Conchas producía animales en pie, cueros vacunos y lanares, lana, sebo, grasa, manteca, papas, verduras y forrajes.

Dos años más tarde el gobernador de Buenos Aires reestableció una subdelegación de Marina (que existía desde el tiempo virreinal y había sido suprimida por Rosas) con asiento en el Canal San Fernando y jurisdicción sobre los partidos de San Isidro, San Fernando y Las Conchas. En este documento se reconoce que *'el puerto de Tigre es un excelente carenero para los buques de ultramar'* y se recomienda *'la conservación de sus bosques naturales o de uso común en el Miní, los Caracoles y el Guazú por la parte del Norte, y desde el último próximamente en línea recto hasta la altura de Zárate'.*

Este mismo Canal de San Fernando dejaría algo perplejo a Sarmiento cuatro años más tarde, cuando inspeccionó la zona como jefe del Departamento de Escuelas.

El fogoso prócer encontró y describió una toldería de ranchos del lado de San Fernando y del lado de Las Conchas 'una línea de ranchos y habitaciones que no han desmerecido el nombre significativo de proletarios'. Pero un año después ya había una escuela (que sería dirigida por el eminente educador holandés Adolfo Van Gelderen) junto al puente que unía ambas orillas, entre las que se nutría una rivalidad creciente. San Fernando y Las Conchas se disputaban los derechos percibidos sobre el canal, litigio que llegó hasta la Corte Suprema, que dio razón a San Fernando.

El primer tren llegó a Las Conchas el 1 de enero de 1865. Con el tren se dio un significativo impulso al desarrollo de la comarca: hasta entonces las carretas tardaban un día entero de viaje para ir de Tigre a Buenos Aires. Dos años después, una terrible epidemia de cólera (que según parece llegó por el Paraná hasta Las Conchas, traída por los veteranos de la guerra del Paraguay) hizo estragos en el partido, donde fue más grave que en Buenos Aires. Por el contrario, durante la epidemia de fiebre amarilla de 1871, Tigre y Las Conchas ofrecieron refugio a los vecinos porteños. En 1872 asumió como primer intendente municipal el doctor Daniel María Cazón, quien durante su administración impulsó las escuelas, extendió el alumbrado, mejoró calles y caminos, construyó desagües, plantó arboledas y desarrolló una tarea tan proficua que hoy Tigre lo recuerda con el nombre de su avenida más céntrica.

Durante la presidencia de Sarmiento, se instalaron en Tigre los Talleres de Marina, en un predio sobre el río Lujan en el que hoy se encuentra el Museo Naval. Las aguas del Luján, entre Tigre y Las Conchas vieron en más de una oportunidad el paso de naves y ejércitos. En 1859, después de la batalla de Cepeda y el Pacto de San José de Flores, fondearon en Tigre cinco vapores de la Confederación y cuatro veleros, en los que se embarcaron las tropas confederadas de regreso a casa.

El 4 de octubre de 1877 estalló en el fondeadero militar del río Luján el vapor Fulminante**,** desastre que dejó once muertos y arrojó fragmentos del buque hasta 25 cuadras de distancia.
En la revolución de julio de 1893, que convulsionó al vecindario, diversas naves de la escuadra fondeadas en el Luján se plegaron a la sublevación y partieron hacia Rosario. Un año antes, en el Talar de Pacheco, habían tenido lugar las primeras maniobras modernas de adiestramiento del ejército.

En 1889 el partido cedió buena parte de sus 418 kilómetros de superficie continental para que en el oeste naciera un nuevo partido, llamado entonces General Sarmiento y hoy, Malvinas Argentinas, San Miguel y José C. Paz.

Hacia 1900, las islas de Tigre producían frutas y maderas, además de dulces, conservas, embutidos y licores. Había varios aserraderos y talleres de carpintería. En esos mismos años, se descubre con el esplendor de la Bélle Epoque la faceta turística de Tigre, que se enriqueció en esos años con obras de arquitectura notables.
La llegada en 1916 del tren eléctrico de Buenos Aires a Tigre acentuó el progreso turístico y la popularidad de sus islas, cuyo atractivo ya había sido descubierto medio siglo antes por Marcos Sastre, y confirmado por Bartolomé Mitre y Domingo Faustino Sarmiento, quienes fueron entre los primeros y más ilustres amantes del Tigre insular.

La influencia de la Inmigración

En el período que va desde 1870 hasta 1910, que luego se prolongó en menor escala, fueron entrando al país gran cantidad de inmigrantes de diversas procedencias, que llegaron también hasta Las Conchas (Tigre) y se establecieron formando sus familias.

Con un plan organizado y supervisado por el Estado y con la ilusión de "Hacer la América", llegaron al país: suizos, franceses, italianos, españoles, alemanes, irlandeses, posteriormente judíos, galeses y más tarde árabes, armenios y rusos que favorecidos por la Ley de Inmigración, dictada bajo el gobierno de Nicolás Avellaneda en 1876, y luego por la Oficina de Tierras y Colonias, pudieron recibir tierras para su explotación.
Entre 1890 y 1895, la población argentina aumentó de 1.700.000 a 3.900.000 habitantes, y en particular la provincia de Buenos Aires, incrementó su población un 199%.
Desde 1850, los ingleses invirtieron sus bienes en empresas de servicios como electricidad, tranvías, bancos y compañías de seguros. Fueron dueños de latifundios, donde criaron vacas y ovejas, instalaron saladeros, frigoríficos y construyeron los ferrocarriles.
En 1901 se aprobó la Ley de Residencia que autorizaba al Poder Ejecutivo a expulsar del país a cualquier extranjero indeseable, y en 1902 se dictó el

"Decálogo para Inmigrantes", donde se mezclaban costumbres y normas de convivencia para unificar formas de comportamiento.
Las diferencias culturales y sociales llevaron a los inmigrantes a formar asociaciones que los nucleaban y asesoraban. Entre las más conocidas podemos mencionar la Sociedad de Unione e Benevolenza y la Sociedad Española de Socorros Mutuos.
Se agrupaban también en la creación de clubes identificados por colectividades. La necesidad de socialización, de protección y de identificación, los animaron a crear instituciones que por su importancia se mantendrían en el tiempo.
Los inmigrantes se ubicaron en diferentes lugares del país según su procedencia, formando colonias. En el caso del delta, si bien no formaron colonias, se distribuyeron en los ríos con cierta proximidad los que provenían de determinadas regiones de Europa.
Enrique Udaondo en su libro "Reseña histórica del partido de Las Conchas", menciona que según el Censo de agosto de 1854, la población de Las Conchas era de 960 habitantes, de los cuales: 757 eran porteños, 112 provincianos, 21 españoles, 11 ingleses, 12 franceses, 15 italianos, 2 norteamericanos, 6 portugueses y 20 de otras nacionalidades. En 1886 encontramos registrados 2500 habitantes, en 1890 ya son 8370 y así iría multiplicándose la población con el establecimiento de los inmigrantes.
Podemos destacar de modo general a los españoles de diferentes regiones en el comercio, los vascos-franceses en los tambos, los italianos en la industria y la mecánica, los turcos (sirio-libaneses) en el comercio itinerante, los japoneses en la floricultura, por lo que se instalaron en las zonas altas de General Pacheco, Benavidez y Escobar y éstos también se destacaron en la industria tintorera.
Se desarrolló en el delta, gracias al impulso de los inmigrantes la fruticultura y la horticultura, y como necesidad para el traslado de la producción, la mimbrería, la cestería y debieron multiplicarse también los aserraderos. La industria naviera tuvo el aporte de importantes familias de inmigrantes y los astilleros fueron la respuesta a la demanda creciente de embarcaciones de diferentes calados.
Los clubes de remo que se instalaron en Tigre, a partir del TBC y del Buenos Aires Rowing Club, dan la pauta de las diferentes corrientes migratorias que, a los efectos de compartir intereses comunes se agruparon en la zona de las calles Lavalle, Paseo Victorica y Tupac Amarú.
Las familias de los inmigrantes, por lo general, numerosas dejaron descendencia, que hoy son la tercera y cuarta generación que guardan de sus ancestros recuerdos y herencias en lo material y espiritual que hacen valiosa su reminiscencia y dan a Tigre su propia identidad.

❖ ***Accesos***

Ubicación

El partido de Tigre está situado 32km al norte de la Ciudad de Buenos Aires.

Cómo llegar a Tigre desde Buenos Aires

EN TREN

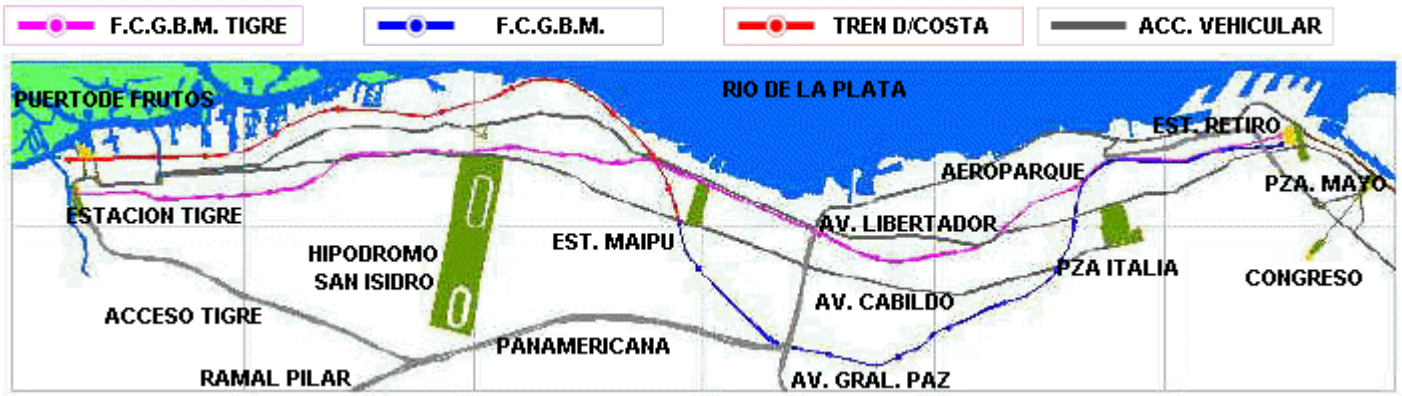
- La ciudad de Tigre cuenta con dos estaciones de ferrocarril, TIGRE y DELTA

- RETIRO-TIGRE (servicio directo de la línea Mitre TBA) Los trenes a Tigre parten desde la Estación Retiro, línea Mitre, plataformas 1 o 2. En días hábiles, la frecuencia de los servicios es cada diez minutos hasta medianoche mientras que los fines de semana los trenes circulan cada treinta minutos. El viaje de Retiro a Tigre demora alrededor de 50 minutos.
- RETIRO-DELTA (conexión en Estación Mitre- de TBA- con Estación Maipú de Tren de la Costa-)

- *Tren de la Costa desde Retiro*

1. Retiro al Tren de la Costa: En la Estación Retiro debe tomar el tren con destino a Estación Mitre de la Línea Mitre. Una vez arribado a la estación Mitre debe cruzar el puente que se encuentra sobre la Av. Maipú al 2600, el cual lo llevara a la Estación Maipú del Tren de la Costa.

2. Estación Maipú del Tren de la Costa a Tigre: En la Estación Maipú del Tren de la costa debe tomar el tren con destino a Delta; 30 minutos de viaje en modernos trenes con hermosa vista al Rio de la Plata.



EN COLECTIVO

- El colectivo de la línea 60 parte desde Constitución y tiene diversas paradas a lo largo de la Ciudad de Buenos Aires. Toma aproximadamente una hora y media en llegar a Tigre. El servicio más rápido tiene un cartel verde con la palabra PANAMERICANA (toma la autopista).

EN AUTOMOVIL

El acceso más rápido a Tigre es a través de la Autopista del Sol. El viaje toma 30 minutos aproximadamente, por Avenida General Paz, tomando la Ruta Panamericana – Autopista del Sol - hasta el Acceso Norte, ramal Tigre. Desde allí por bajada Tigre, continuando por el boulevard de Naciones Unidas hasta dar con la Terminal de Trenes a la derecha y el río Tigre a la izquierda.

Inventario Turístico

Sitios Naturales:

Nombre del Atractivo: Delta del Tigre

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Ríos

Subtipo:

Jerarquía: 3

Ubicación:

Medios de acceso: visitar en lanchas colectivas o grandes catamaranes.

Características:

Tercero del mundo en su extensión, el Delta del Paraná exhibe sus 27 mil kilómetros cuadrados escasamente explotados, y plenos de álamos, ceibos, jucos, mimbres, cañas, sauces y árboles frutales. Pueden contemplarse también variadas especies faunísticas, entre las que destacan nutrias, carpinchos, aves y peces, habiéndose extinguido el yaguareté que dio el nombre de Tigre al lugar. El Delta del Paraná es el único delta en el mundo que no está en contacto con el mar, sino que sus aguas se vuelcan en otro río, el Río de la Plata, en el que desemboca, a través de sus afluentes, una masa de agua de 30.000 m3 por segundo. Su ubicación en la confluencia de varios ríos y la cercanía del océano hacen que el Delta posea un régimen fluviomaritimo, ya que sus crecidas se deben a mayores caudales de los ríos Paraná y Uruguay y al efecto de las mareas sobre el Río de la Plata.

A lo largo del Delta podemos encontrar paradisíacas islas en las que el turista puede refugiarse y disfrutar de magníficas propuestas recreativas, ornamentando con sus típicas construcciones, el paisaje. Las islas del delta inferior no son planas, sino que tienen forma de palangana, con un sector boscoso más elevado en sus márgenes, llamado albardón, seguido de pequeños albardones inferiores en su interior y luego zonas pantanosas en el centro ocupadas por los pajonales. En el Delta medio y superior las islas son más planas con lagunas y albardones paralelos a los cursos de aguas. Las principales bocas de salida de las aguas del delta son, de norte a sur, el Río Gutiérrez, el Río Paraná Bravo, el Río Paraná Guazú, el Río Barca Grande, el Río Paraná Miní, el Río Paraná de las Palmas y el Río Lujan.

Observaciones:

Es el escenario de deportes relacionados con el agua, como remo, yachting, esquí acuático, regatas, motonáutica, surf, wakeboard, pesca. Tigre es la Cuna del Remo.
También hay diversas escuelas donde dictan clases de esquí acuático y wakeboard con o sin lancha propia.

Nombre del Atractivo: Isla Martín García.

Categoría: Sitios Naturales.

Tipo: Costas.

Subtipo: Isla.

Jerarquía: 2

Ubicación: En el Río de la Plata sobre la desembocadura del Río Uruguay.

Medios de acceso: Lancha, barco.

Características: Imponente y misteriosa; extraña combinación de historia y naturaleza, la Isla Martín García atrae desde la distancia casi obligando a conocerla. Situada estratégicamente en el Río de La Plata, sobre la desembocadura del río Uruguay, esta porción flotante del Delta fue descubierta en 1516, declarándose ya entonces como un espacio único, al que actualmente se le anexa su importancia histórica.
Conocida como un penal de máxima seguridad del que nadie podía escapar debido a que por aquellas distancias el río se vuelve bravo imposibilitando el cruce a nado, la isla recibió también en su territorio carcelario a líderes políticos que los poderosos de cada momento preferían mantener incomunicados: Hipólito Irigoyen; Marcelo T. de Alvear; Arturo Frondizi; Juan Domingo Perón; entre otros, pasaron sus largos ratos en la Isla Martín García contribuyendo a su reconocimiento.
Con la vuelta a la democracia en 1983, esta isla sería declarada Monumento Histórico Nacional y Reserva de Flora y Fauna, convirtiéndose en un atractivo turístico imperdible, abarcativo tanto de espacios de relevancia histórico-cultural para el país, así como de magníficos paisajes naturales.
La isla, a diferencia del resto de las islas del Delta, es un desprendimiento rocoso del plegamiento precámbrico del macizo de Brasilia y tiene 1.800 millones de años. Distinto es el origen del resto de las islas del delta, que se forman por acumulación de sedimentos provenientes de los ríos Paraná y Uruguay.
Posee una superficie de 168 hectáreas y su expansión anual es de 30 a 50 centímetros. Tiene una altura de 27 metros sobre el nivel del mar y es lo suficientemente húmeda para albergar una vegetación extraordinaria: allí se encuentran selvas en galería y la típica flora y fauna del delta, el último coletazo de la selva misionera.
Los atractivos mas importantes que podemos encontrar son: Un teatro-cine, un antiguo penal, un pequeño museo, el viejo faro, senderos que aún conservan su naturaleza virgen, la historia política de nuestro país, además de los pan

dulces más ricos del mundo, eran algunas de las respuestas más comunes cuando le formulaba la pregunta a alguien que la había visitado.
Observaciones: Puede visitarse los días martes, jueves, sábados, domingos y feriados

Nombre del Atractivo: Puerto Fluvial Tigre

Categoría: Sitios natural.

Tipo: Ríos.

Subtipo: Puerto.

Jerarquía: 3

Ubicación: Se ubica sobre el río Tigre en la desembocadura del Río Lujan.

Medios de acceso: A pie.

Características: Uno de los mayores atractivos de la Ciudad es la Estación Fluvial. Desde ella, en pintoresco remedo de colectivos ciudadanos y de lejanos vaporetos venecianos, parten sin solución de continuidad las lanchas colectivas, llevando y trayendo a los isleños a sus hogares y a los visitantes siempre sorprendidos ante un espectáculo nada común.

Observaciones:

Medios de transporte que podemos encontrar:

- Lanchas taxi:

Este tipo de embarcaciones funciona como un taxi en la ciudad pues permite al turista dirigirse a un punto específico dentro del delta en forma directa. El costo no es por pasajero (como en el caso de las excursiones o lanchas colectivas) sino por embarcación. Estas lanchas pueden tener una capacidad de hasta 15 pasajeros aproximadamente.

También se puede consular para la realización de circuitos sin descender de la lancha.

Números telefónicos:

· Lanchas Taxi: 4749-1896

· Lanchas Taxi Marsili: 15-4413-4123

- Lanchas colectivas:

(Salidas desde la Estación Fluvial Domingo F. Sarmiento de Tigre)

Tres son las compañías que recorren el Delta de Tigre: Interisleña, Jilguero y Líneas Delta Argentino. Cada una de ellas posee distintas rutas de navegación y funcionan como un colectivo dentro de la ciudad, permitiendo al traslado de los pobladores del Delta y turistas desde/hacia la ciudad y hacia otras islas.

En algunos servicios es posible permanecer a bordo, realizando el recorrido de la lancha colectiva en su totalidad y regresar a la ciudad luego de 3 horas de navegación aproximadamente. La duración de los mismos depende de la cantidad de pasajeros que asciendan y desciendan de la lancha a lo largo del trayecto.

Números Telefónicos:

· Interisleña: 4749-0900

· Jilguero: 4749-0987

· Líneas Delta Argentino: 4749-0537 / 4731-1236

Nombre, Ubicación y Contacto Características
Cacciola4749-0931 / 0329 Lavalle 520, Tigre Transporte fluvial Cacciola. Ofrece salidas para visitar la isla tomando una excursión de día completo con servicio de guía y almuerzo incluido. También ofrece paquetes que incluyen el alojamiento en la hostería que se encuentra allí. Las salidas se realizan por la mañana los días martes, jueves, sábados, domingos y feriados.
Salidas regulares a Uruguay desde Tigre

Nombre, Ubicación y Contacto Características
Cacciola4749-0931 / 0329Lavalle 520, Tigre A Carmelo: Cacciola. Salidas todos los días a las 8:30 y a las 16:30. Posible conexión en ómnibus a Montevideo.
Líneas Delta Stand Nº 6, Estación Fluvial de Tigre 4731-1236 A Nueva Palmira: Líneas Delta. Salidas todos los días a las 7:45 y viernes a las 17:00. Posible conexión en ómnibus a Colonia del Sacramento.

Museos y Manifestaciones Culturales

Nombre del Atractivo*: Museo municipal de bellas artes (ex Tigre Club)*

Categoría: Museos y manifestaciones culturales.

Tipo: Museos/Lugares històricos

Subtipo: Pintura

Jerarquía: 3

Ubicación: Paseo Victorica 972 - Tigre

Medios de acceso: En automóvil: desde la Autopista del Sol, bajar en salida Tigre Centro, tomar Av. de la Naciones Unidas, pasar 2 rotondas y doblar en la tercera hacia la izquierda, pasar por el Puente Tigre y girar a la derecha en Av. Lavalle hasta el Río Luján y tomar el Paseo Victorica hasta el final. En el trayecto existen varios carteles indicadores.

En tren o colectivo: cruzar el puente Tigre, doblar a la derecha por la Av. Lavalle hasta el Río Luján, y tomar el Paseo Victorica hasta el final.

Características: Su colección, patrimonio de la Municipalidad del partido de Tigre, cuenta con obras de arte figurativo de finales del siglo XIX y del siglo XX.

Organizado temáticamente, las siete salas del MAT proponen al visitante un recorrido por los aspectos más destacados de la historia del arte nacional: el paisaje y la arquitectura, la figuración humana, la naturaleza muerta, el puerto, la génesis de nuestra plástica y Tigre como referente estético.

El edificio del MAT también cuenta parte de su historia en un espacio dedicado a su contextualización, sus actividades, fundadores, visitantes, impronta temporal y huella en la gente.

Este edificio tiene un estilo renacentista, las escaleras son de mármol de Carrara, los espejos venecianos, el bronce y el hierro forjado predominan en sus pasarelas. Las columnas de base de bronce y la parte superior estucadas (masa de yeso y cola) y un arco de equilibrio y belleza que nace en su entrada principal, atraviesan el Paseo Victoria y termina en glorieta a orillas del Río Luján. Tanto en las Salas como en el Salón Principal sobresalen arañas francesas, caireles de bronce, cristal de roca y bacarat. Los pisos fueron construidos con roble de Eslavonia y los vitrales importados.

Un párrafo aparte, merece el fresco del cielo raso, de la nave principal. Fue creado por el artista español Julio Vila Prades, quien diseñó una reunión de ninfas ejecutando partituras con instrumentos de vientos.

En el año 1978 la municipalidad de Tigre, se hace cargo del edificio. A partir del año 1983, y hasta el año 1997, funcionó el Honorable Concejo Deliberante.

El Tigre Club fue declarado Monumento Histórico Nacional en el año 1979.

La comuna propuso la reconversión del edifico en un Museo de Bellas Artes. Desde el año 1990 arquitectos, ingenieros, restauradores, ebanistas y artistas plásticos, trabajan para que el Antiguo Tigre Club se convierta en el segundo semestre del año 2005 en el Museo Municipal de Bellas Artes, recuperando su merecido esplendor de su época de gloria.

Historia del Museo:

En 1909 se formó una sociedad con el fin de fundar un Club que convocara a los habitantes del lugar y fuera un espacio para la práctica de deportes y de esparcimiento, con la inclusión de un casino a la manera europea En 1910 se aprobaron los estatutos y comenzó la construcción de la obra bajo la dirección y proyecto de la firma Dubois y Pater. El Casino sería habilitado en 1927.

Sus principales financistas fueron Ernesto Tornquist, Luis García y Emilio Mitre.

Tras la designación de Félix Armesto como presidente de la Comisión, se decidió construir la sede. El lugar elegido fue el predio ubicado en Paseo Victorica junto al entonces edificio del Tigre Hotel.

El edificio de dos plantas abunda en columnas dóricas simples, semi columnas, pilastras, arquerías, y motivos ornamentales de palmetas, guirnaldas de flores, hojas de laurel (emblema de la gloria) y de encina (emblema de la fuerza) Las esquinas del edificio se completan por dos torres salientes desde el primer piso, semiredondas, que rematan en una cúpula semibulbosa con un coronamiento de hierro y una aguja final, que se repite en el mirador exagonal.

Como toda obra francesa y europea en general, el edificio cuenta con obras de arte dentro de su construcción; son ejemplos de ello el marouflage del pintor español Julio Vila-Prades en la bóveda oval del primer piso, en el que un grupo de ninfas interpretan melodías con sus diferentes instrumentos, o la escultura de bronce burilado de la Fundición Fonderies Du Val Dósne de París

En relación al Casino, funcionaban veinticinco mesas de ruleta y Punto y banca, habilitadas cuatro días a la semana en los meses de diciembre, enero, febrero y marzo.

En el año 1978 la Municipalidad de Tigre se hace cargo del edificio, declarado Monumento Histórico Nacional en 1979.

En 1990 comienzan las obras de recuperación del edificio con el fin de albergar un museo de arte, siendo el MAT el resultado final.

Este proyecto fue y es dirigido por el arquitecto Hugo Maciñeiras siguiendo la idea original del Señor Intendente Contador Ricardo Ubieto y al aporte de la comunidad de Tigre.

Memoria descriptiva de la obra

En el año 1990 comenzó la restauración. La primera tarea que se llevó a cabo fue la consolidación estructural del edificio en su conjunto.

En una segunda instancia y como parte de la recuperación de la cubierta y de la cúpula central, se cerró la calle al transito vehicular. De esta manera se evita la degradación del edificio.

Para la operativa de recuperación de las fachadas se han realizado cateos obteniendo de este modo la granulometría exacta del material de revestimiento. El proceso comenzó con un hidrolavado con la colocación de un puente de adherencia Símil Piedra con igual granulometría que el existente consolidando y nivelando la superficie de absorción para luego aplicar un revestimiento tipo Neo-París natural.

En el primer piso se llevó a cabo la reconstrucción del Salón Oval con el rescate del Maruflage realizado en su momento por el artista Vila Prades, quien diseñó una reunión de Ninfas ejecutando instrumentos musicales.

En el Foyer se procedió a la reposición de faltantes, recuperación de los premoldeados y se realizó el estucado consolidando las superficies y aplicando inyecciones y adhesivos especiales.

Por ultimo cabe mencionar el trabajo integrador que se llevó a cabo respecto de la iluminación exterior. Esta labor estuvo de acuerdo a un proyecto realizado por el grupo de Ingenieros Franceses, quienes realizaron la iluminación de La Torre Eiffel y la Embajada de Francia.

Observaciones:

Horario*:* Miércoles a Viernes de 10 a 18 hs. - Sábados, Domingos y Feriados de 12 a 19 hs.
Visitas guiadas: (Duración 40 minutos)
Miércoles a viernes: 13.15 - 16.15 hs. Sábados, domingos y feriados: 13 - 15 - 17 hs.
Museo de Arte Tigre (ex Tigre Club)
Informes al: Tel: 4512-4528
Costo de la entrada:

- 5 pesos.
- Jubilados: Gratis los días Miércoles.

Nombre del Atractivo: *Museo Naval de La Naciòn*

Categoría: Museos y manifestaciones culturales.

Tipo: Museos

Subtipo:

Jerarquía: 3

Ubicación: Ubicado en Paseo Victorica 602

Medios de acceso:

Características:

En los amplios recintos del edificio -que entre 1880 y 1890 albergaron los primeros talleres de la Armada- el visitante puede admirar una extraordinaria colección de modelos a escala de todo tipo de embarcaciones. El museo, hoy Monumento Histórico Nacional, presenta sus colecciones con un enfoque didáctico. Conserva objetos históricos, armas, documentos, uniformes, mapas, instrumentos de navegación, cuadros y cofres con banderas de guerra. En un amplio terreno contiguo están expuestas numerosas piezas de artillería y aviones que integraron las escuadrillas de combate de Aviación Naval.

Observaciones:

Teléfono 4749-0608

Horarios

Lun. a Jue. 8.30 a 17.00 Hs.
Vie. 8.00 a 17.30 Hs.
Sáb., Dom. y Feriados 10.00 a 18.30 Hs.

Precio Entrada

$ 2
$ 1 (jubilados y menores entre 4 y 14 años)

Nombre del Atractivo: *Museo de la Prefectura*

Categoría: Museos y manifestaciones culturales.

Tipo: Museos

Subtipo:

Jerarquía: 4

Ubicación: Ubicado en Liniers 1264

Medios de acceso:

Características: Este museo, inaugurado el 25 de octubre de 1985, es custodio del patrimonio cultural de la Prefectura Naval Argentina. Cuenta con seis salas: historia institucional; iconografía; control de averías e incendio, comunicaciones, salvamento y buceo; uniformes; navegación y aviación; armas y explosivos.

Observaciones:

Teléfono 4749-6161

Horarios

Mié. a Dom. 10.00 a 12.00 y 14.00 a 18.00 Hs.

Precio Entrada Gratuita

Nombre del Atractivo: Museo de la Reconquista

Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales.

Tipo: Museos.

Subtipo: Historia.

Jerarquía: 4

Ubicación: P. Castañeda 470

Medios de acceso:

Características: Se encuentra frente al sitio histórico, a orillas del Río de la Reconquista, donde el 4 de agosto de 1806 desembarcó Santiago de Liniers y un grupo de hombres, procedentes de Colonia del Sacramento (República Oriental del Uruguay) era su propósito reconquistar Buenos Aires en poder de invasores británicos desde junio de 1806. Se concreta la Reconquista el 12 de agosto del mismo año.
El museo, que funciona en la reconstruida casa de la familia Goyechea, cuenta con salas dedicadas a la Reconquista y Defensa de Buenos Aires. Otras salas están dedicadas a la historia del Partido de Tigre y la primera Iglesia, además de una dedicada a la historia del Tigre Hotel y Tigre Club. En el edificio contiguo, inaugurado en 1994, funciona la biblioteca, una oficina administrativa y un auditorium para conferencias y recitales con capacidad para 120 personas.

Observaciones:

Teléfono 4512-4496

Horarios

Mié. a Dom. 10.00 a 18.30 Hs.
Sáb., Dom. 10.00 a 17.00 Hs.

Precio Entrada Gratuita

Nombre del Atractivo: *Museo Sarmiento*

Categoría: Museos y manifestaciones culturales.

Tipo: Museo

Subtipo:

Jerarquía: 3

Ubicación: Ubicado sobre el Río Sarmiento

Medios de acceso: En lancha, embarcaciones desde la estación fluvial del Tigre.

Características: Protegida por un templete vidriado construido por la municipalidad de Tigre en 1997, hoy es un complejo cultural que incluye una biblioteca pública, una galería de arte y la reliquia histórica que perteneció a Sarmiento desde 1855 hasta su muerte.
Se declaro Monumento Histórico Nacional. Posee objetos de su pertenencia, enseres personales, muebles de su despacho del Consejo Nacional de Educación, documentos, cuadros, sillones y su cama. Un museo y una biblioteca funcionan hoy en aquella casa donde Sarmiento se sumergía en la lectura, la reflexión y la contemplación; y miles de personas los visitan por fin de semana atraídos por la extraña caja de cristal con la cual se la resguarda del paso del tiempo y las inclemencias naturales.
Frente a la casa hay un busto de él y otro de su madre, doña Paula.

Observaciones:

Horarios Miércoles. a Domingos. 10.00 a 18.00 Hs.

Teléfono Consultas al tel: 4728-0570

Precio Entrada Gratuita

Nombre del Atractivo: Antigua Aduana.

Categoría: Museos y manifestaciones culturales.

Tipo: Lugares Históricos.

Subtipo:

Jerarquía: 4

Ubicación: Esmeralda 304 esquina Liniers.

Medios de acceso: A pie/auto

Características: Construída a fines del siglo XVIII por Martín Sagastume, miembro de la Cofradía de Almas Benditas del Purgatorio. De estilo colonial puro, funcionó como sede de la aduana del Pago de Las Conchas cuando el puerto estaba sobre el río del mismo nombre (hoy Reconquista). Conserva todavía uno de los techos de cañizo (cañas atadas con tientos de cuero), y la llave original de la puerta principal de 15 cm de largo. El techo a dos aguas posee las antiguas tejas de la gamba, llamadas así, se les daba forma sobre los muslos.

Observaciones:

Nombre del Atractivo: Almacén Faggionato

Categoría: Museos y manifestaciones Culturales.

Tipo: Lugares Históricos.

Subtipo:

Jerarquía: 4

Ubicación: Esquina de las calles 25 de Mayo y Estrada - Tigre

Medios de acceso: Auto/a pie.

Características:

Construido hacia 1794, está ubicado en lo que fue el antiguo pueblo de río Las Conchas, sobre la margen izquierda del río del mismo nombre (hoy Reconquista). Originalmente residencia del sacerdote Gerónimo Rebagliatti, sirvió también como posta, despacho de bebidas y lugar de descanso de viajeros.

Con el crecimiento de la zona se transformó en almacén de ramos generales. A partir de la demarcación de la trama urbana actual, quedó situado en una esquina, con cuyas direcciones dominantes no coincide. En posición de "falsa escuadra" respecto de la calle, el antiguo almacén es un simple prisma rectangular con techo a dos aguas, en cuyo interior había originalmente una sucesión de recintos que definían los distintos espacios de uso. Los muros exteriores, de ladrillón con junta de barro, son portantes, y sobre ellos apoya la cubierta inclinada a dos aguas, de teja muslera o "a la gamba" y contrateja colonial (no original), con una estructura de cabriadas en par y nudillo, y tirantería de madera. Conocido desde 1926 como el "almacén Faggionato", el monumento, de propiedad privada, fue refuncionalizado y convertido en un salón de fiestas, con el agregado a su alrededor de otros tres edificios de diferente escala. Esto modificó, desvirtuándolas, las condiciones del sitio, que se ha visto transformado también por aterrazamientos, la colocación de una reja sobre la línea municipal y el retiro de especies naturales que integraban el jardín original.

Observaciones:

Nombre del Atractivo: Iglesia de la Inmaculada Concepción.
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales.
Tipo: Lugares Históricos.
Subtipo:
Jerarquía: 4
Ubicación: Av. Liniers 1560
Medios de acceso: En auto/a pie.
Características: En el predio que ocupa en la actualidad se estableció en 1770 la primer capilla de la Comarca. La construcción que hoy observamos data de 1945 y corresponde al estilo neoclásico.
Observaciones:

Nombre del Atractivo: Monumento al remero.

Categoría: Museos y manifestaciones Culturales.

Tipo: Obras de artes y escultura.

Subtipo: Monumento.

Jerarquía: 4

Ubicación: Se encuentra en la intersección de las calles Lavalle y Paseo Victorica

Medios de acceso: en auto/a Pie.

Características: Este monumento inaugurado a principios de la década del '90 posee la figura central de un remero rodeada con mástiles que portan las banderas de los clubes de remo de Tigre. Demuestra la importancia que tiene este deporte para Tigre, donde hacia finales del SXIX se corrió la 1º Regata Internacional sobre las aguas del Río Luján (sobre cuya costa se emplaza este monumento). Esta regata impulsó el establecimiento de sedes de clubes de remo que, en aquel entonces, se encontraban en la zona del Riachuelo. Hoy Tigre, "Cuna del remo argentino", posee alrededor de quince clubes dedicados a la práctica de este deporte.

Observaciones:

Folklore:

Nombre del Atractivo: *Puerto de Frutos*.

Categoría: Folklore

Tipo: Ferias y mercados.

Subtipo:

Jerarquía: 3

Ubicación: Sarmiento 37

Medios de acceso:

• En auto

Por autopista, tomar el carril a la derecha, bajada Rocha-Tigre Centro a Av. de las Naciones - Av. Cazón o Av. Italia y al 1200 de ambas, girar a la izquierda y seguir las indicaciones de los carteles.

• Medios de Transporte

Líneas de colectivos 60 y 343, además el FFCC Mitre, ramal Retiro - Tigre y el Tren de la Costa Estación Delta.

Características:

Sitio ideal para aquellas personas que se deciden a salir de compras. En sus inicios funcionaba como dice su nombre como mercado de frutas y verduras, donde los propios isleños exponían y vendían sus cosechas desde sus embarcaciones, pero lo más anecdótico, es que muchos de ellos debían remar varias horas para llegar hasta aquí. Una realidad muy distinta a la actual hoy no solo se puede comprar frutas y verduras, sino que se ha convertido en un gran mercado.

El Puerto de Frutos alberga un centro comercial a cielo abierto donde se encuentran a la venta gran variedad de productos hechos con materiales propios de la región como frutas, mimbre, caña y madera. También permite contemplar barcas que transportan madera traída de las islas forestales, lanchas almacén que abastecen a quienes habitan en el Delta y otras tantas barcas típicas de la zona

Consta de tres dársenas, y mucho para ver y hacer. Desde la primera dársena, ubicada al final de la calle Sarmiento, parten a diario excursiones por el Delta en catamaranes.

En la dársena central se concentran las lanchas-almacén que abastecen a los habitantes de las islas con los más variados productos, lanchas patrulleras

de la Prefectura Naval Argentina, y también chatas-flete para el transporte de materiales o mudanzas hacia las islas. Desde esta dársena, también, durante los fines de semana zarpan lanchas de paseo que ofrecen excursiones por el Delta.

En la última de las dársenas descargan los barcos fluviales madereros que llegan cargados de troncos de sauce y álamo proveniente de las islas forestales del Delta. Estas maderas livianas en su mayor parte se transforman en cajones para fruta y otros envases de madera descartables.

Dentro del puerto se encuentra un centro comercial al aire libre con locales que exhiben rústicos tejidos en forma de mantas y manteles, muebles, adornos y accesorios fabricados en caña y mimbre, dulces, licores y mieles caseras, plantas y flores y, toda la variedad de frutas locales que llegan por el agua en las tradicionales lanchas que cruzan el Delta..En algunos puestos se puede observar a los artesanos trabajando el mimbre y la caña.

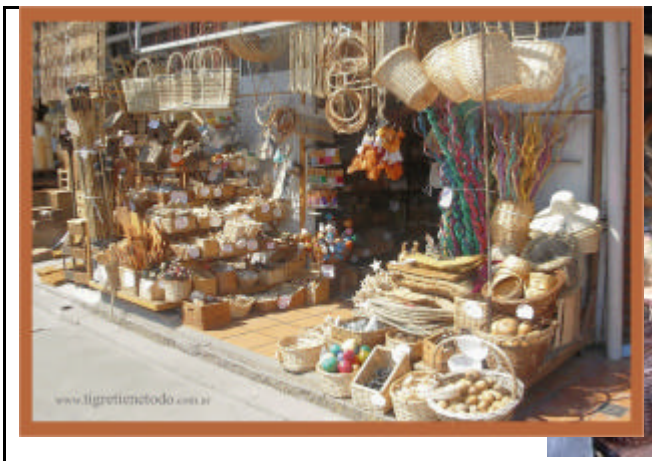
Para finalizar, una serie de restaurantes y confiterías ofrecen sus servicios gastronómicos de cocina nacional e internacional.

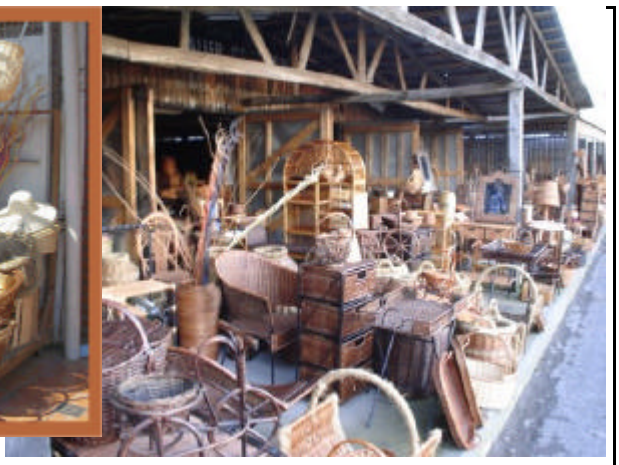
Observaciones:

Abierto todos los días del año
Los días de semana de 10 a 18 hs, Sábados, Domingos y Feriados de 10 a 19hs**.**

Teléfono 4512 - 4493

Precio Entrada Gratuita





Nombre del Atractivo: Artesanías en mimbre

Categoría: Folklore

Tipo: Artesanías y artes

Subtipo:

Jerarquía: 4

Ubicación: En todo el Tigre, especialmente en el puerto de frutos.

Medios de acceso: A pie.

Características:

En el Tigre se pueden encontrar todo tipo de artesanías realizadas en mimbre, por ser un producto típico del lugar, entre estas se encuentran: canastos, cestos, muebles, objetos de decoración, souvenir, etc.

EL mimbre fue traído a las islas del Delta Argentino por Domingo Faustino Sarmiento, en el año 1855. Las condiciones de clima y suelo fueron óptimas para su crecimiento el cual se inició en el río Carapachay.

Su expansión se produjo junto con la inmigración europea hacia las islas, y su cultivo estuvo asociado a la actividad fruti hortícola, que requería para la cosecha canastos fuertes y livianos.

La explotación mimbrera es la 2º actividad económica en el Delta de la provincia de Buenos Aires, luego de la forestación. Es un cultivo importante para la economía del isleño por ser una de las pocas cosechas anuales que aún subsisten.

De producción familiar y posible de ser realizado en superficies de poca extensión, la plantación media de los pequeños productores es de 2,5 a 3 hectáreas. Requiere mano de obra intensiva. En muchos casos es llevada a cabo en el núcleo familiar por hombres y mujeres, jóvenes y adultos y en otros, requiere de la contratación de personal.

El Delta produce el 90% del mimbre argentino, por lo cual se lo considera "Capital Nacional del Mimbre".

El mimbre es una planta perteneciente al género del sauce. Es originario de las regiones frías de Europa y Asia y data de 2.000 años de antigüedad. Se caracteriza por producir varas de gran flexibilidad y resistencia a la torsión, condiciones que lo hacen ideal para la confección de diversos artículos, desde canastos cosecheros, hasta muebles y artículos para el hogar. Es un material natural 100%, clásico y moderno, trabajado artesanalmente. Se trata de un cultivo de cosecha anual de importancia comercial para los isleños.

Observaciones:

Nombre del Atractivo: Productos de madera.
Categoría: Folklore.
Tipo: Artesanias y artes.
Subtipo: Maderas.
Jerarquía: 4
Ubicación: Puerto de frutos.
Medios de acceso: A pie.
Características: A lo largo de todo el puerto de fruto podemos encontrar infinitos puesto, y locales dedicados exclusivamente a la venta de productos realizados en madera, ya sean muebles, artesanías, y objetos de decoración. Dentro de los muebles encontramos un amplio abanico de posibilidades, hay de varios tipos, ya sean clásicos, muebles de campo, infantiles y de diferentes tipos de madera, pino, algarrobo, combinados con cueros, mimbre, en fin infinitas posibilidades.
Observaciones:

Nombre del Atractivo: Frutas y verduras**.**

Categoría: Folklore.

Tipo: Comidas y bebidas típicas.

Subtipo:

Jerarquía: 4

Ubicación: Puerto de frutos.

Medios de acceso: A pie.

Características:

En el Puerto de Frutos se pueden visitar una gran cantidad de puestos que se dedican a la venta exclusiva de alimentos típicos de la región; entre ellos podemos apreciar las frutas (naranjas, pomelos, manzanas, etc.), las especias, quesos, salames, etc.
A mediados del siglo XIX se comerciaban exclusivamente frutos, de allí proviene el nombre del puerto, en él, los habitantes del Delta ofrecían su producción. Actualmente en varios puestos, la tradición iniciada por algún antecesor sigue vigente y los descendientes se dedican exclusivamente a las frutas y verduras. Otros han cambiado o ampliado este rubro. Entre los primeros, están quienes se dedican exclusivamente a las plantas y flores disecadas.

Observaciones:

Acontecimientos Programados:

Nombre del Atractivo: Fiesta Nacional del Deporte Náutico

Categoría: Acontecimientos programados.

Tipo: Deportivos.

Subtipo:

Jerarquía: 4

Ubicación: En el Delta.

Medios de acceso: Lanchas.

Características: Al ser el Tigre la cuna del remo argentino, ofrece, por las características especiales de su naturaleza, el lugar adecuado para la realización de este festejo, donde se conjugan todas las variantes del deporte náutico: wakeboard, ski acuático, kayakismo y remo.

Observaciones:

Se festeja la ultima semana de Marzo.

Nombre del Atractivo: Fiesta del Isleño
Categoría: Acontecimientos Programados.
Tipo:
Subtipo:
Jerarquía: 4
Ubicación: En el Delta.
Medios de acceso: Lanchas.
Características: Es una fiesta muy querida por el isleño que se celebra en forma ininterrumpida desde 1936, fecha en que este día fue consagrado oficialmente por decretos de los gobiernos de Buenos Aires, Entre Ríos y Santa Fe. En sus comienzos se celebraba el mismo 31 de octubre, muchas veces en el recreo "Crobeto". En los últimos años se festeja el primer fin de semana siguiente a esta fecha y el lugar elegido es la Escuela No. 26 de San Fernando, por la facilidad de acceso tanto por tierra (a través de la balsa del muelle de Otamendi y el camino interisleño) o por vía fluvial (en lancha de pasajeros desde el puerto de Campana. Desde el año 1936 es la fiesta regional más importante. El área Delta es tan extensa que sus comunicaciones, realizadas por vía fluvial exclusivamente, privan a sus pobladores de contactos más asiduos, por eso muchos de los asistentes no se veían desde el año anterior. Por esta razón, como la fiesta del Día del Isleño es la cita obligada por su importancia y la costumbre adquirida a través de varias generaciones, permitía y permite la necesaria integración, no sólo entre los isleños sino también entre los asistentes de las poblaciones ribereñas que, atraídas por las fiestas deportivas y los espectáculos artísticos, preparan durante el día sus mejores galas para los ya célebres bailes con que culmina la fiesta. Múltiples embarcaciones de todo tipo se dan cita, muchas de ellas desde horas tempranas primero dispuestas a disfrutar de todo y cargadas de expectativas y deseos de sana diversión.
Observaciones: Se festeja del 31 de Octubre al 7 de Noviembre, con actos culturales, deportivos y artísticos en el recreo Crobeto o en la Escuela Nº26 de San Fernando.

Nombre del Atractivo: Día de la Inmaculada Concepción

Categoría: Acontecimientos programados.

Tipo: Otros

Subtipo: Fiesta religiosa.

Jerarquía: 4

Ubicación: Río Lujan

Medios de acceso: A pie/en embarcaciones.

Características:
Patrona del Partido de Tigre, durante la tarde se realiza una misa seguida por una procesión náutica en la cual se traslada a la Virgen en una embarcación de Prefectura Naval Argentina y el recorrido generalmente es a todo lo largo del Río Lujan (Paseo Victorica) donde se ubican gran parte de los fieles además de los que acompañan a la Virgen navegando en embarcaciones propias o dispuestas para dicha procesión. El evento culmina con una bendición y un show de fuegos artificiales.

Observaciones:

Planta Turística: Equipamiento

Alojamiento:

Nombre : Hotel Fundación Agustín García

Categoría: Alojamiento.

Tipo: Hotelero.

Subtipo: Hoteles.

Categorización:

Ubicación: Liniers 1547

Medios de acceso:

Características

Posee amplia sala de estar con TV. Salón comedor, bar para 70 personas con vista y salida directa al parque de 6000m2 con añosa arboleda. Salón para eventos con capacidad para 200 personas. Estacionamiento cubierto, ascensor. Habitaciones dobles, triples y cuádruples con baño privado y Tv. por aire. Calefacción central y ventiladores de techo.

Cantidad de Habitaciones: 21

Cantidad de Plazas: 55

Observaciones: Telefax: 4749-0140. fundaciongarcia@infovia.com.ar

Nombre : Casona La Ruchi

Categoría: Alojamiento.

Tipo: Hotelero.

Subtipo: Hoteles.

Categorización:

Ubicación: Lavalle 577

Medios de acceso:

Características: Casa tradicional sobre la costa del Río Tigre. Amplias y confortables habitaciones, extenso jardín c/piscina y quincho. Alojamiento en base doble con baños compartidos. Opcional: desayunos tipo continental, almuerzos, cenas. Se habla inglés.

Cuenta con 4 habitaciones dobles, 1 habitación triple con amplios ventanales con una hermosa vista panorámica al Rió Tigre y al parque, también 3 baños completos compartidos , un amplio Living, con TV color, cable y dvd, un comedor diario donde se sirve el desayuno tipo americano, con las exquisiteces propias de nuestra zona (Pan casero , dulces caseros, etc.)

Observaciones: Tel.: 4749-2499. info@casonalaruchi.com.ar www.casonalaruchi.com.ar

Nombre : Bed & Breakfast La Rosada
Categoría: Alojamiento.
Tipo: Hotelero.
Subtipo: Hoteles.
Categorización:
Ubicación: Ricardo Fernández 283
Medios de acceso:
Características: Casa tradicional a sólo cuatro cuadras del Río Tigre. Posee habitaciones con y sin baño privado con desayuno. Sala de estar con TV. Piscina Piscina. Sala de estar con TV.
Observaciones: Tel: 4749-0587

Nombre : Hotel Villa Julia

Categoría: Alojamiento.

Tipo: Hotelero.

Subtipo: Hoteles.

Categorización:

Ubicación: Paseo Victorica 800

Medios de acceso:

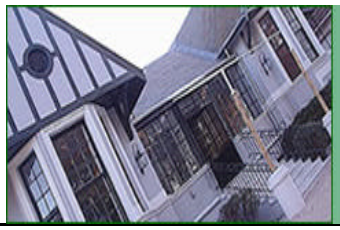
Características

Casona sobre la costa del Río Luján. Posee amplias y confortables habitaciones, jardín con piscina climatizada y solarium. Habitaciones dobles o singles con baño privado, calefacción, aire acondicionado individual, teléfono, DDI, cofre de seguridad, TV por cable, acceso Internet Wi-Fi, minibar y equipo de CD. Area de lectura y biblioteca, sala de estar, restaurant, room service. Servicio de lavandería y tintorería. Estacionamiento. Personal multilingue.

Observaciones:

Tel: 4749-0642/ 0242

Mail:info@villajulia.com.ar



Nombre : Tigre Hostel Argentina- Posada 1860

Categoría: Alojamiento.

Tipo: Hotelero.

Subtipo: Hoteles.

Categorización:

Ubicación: Av. del Libertador 190

Medios de acceso:

Características: Esta casona de 1860 es un hostel ubicado en pleno centro de la Ciudad de Tigre, en el casco histórico de Tigre y Delta del Paraná, siendo una casona con más de 140 años de antiguedad.
Te ofrecemos un nivel de Bed posee habitaciones con capacidad para cuatro personas con baño privado y habitaciones compartidas (dormis) con baño, calefacción y ventilador de techo. Se provee ropa de cama, toallas por precio extra. Cocina de uso común.

Observaciones:

No está permitido el ingreso con bebidas alcohólicas. Opcional: Acceso a internet, alquiler de bicicletas, lavandería.
Tel: 4749-4034
Mail: reservas@tigrehostel.com.ar

Alimentación:

Centro

Nombre	**Ubicación / Teléfono**	**Características**
La Zi Teresa	Italia 1579 4749-1021	**Minutas, pastas. Cafetería** Abierto de lunes a sábados al mediodía. Estacionamiento cercano.
El Moño Rojo	Est. Fluvial D. F. S. Mitre 345 155-644-8058	**Pizza, picadas, minutas. Cafetería** Abierto todos los días. Capacidad para 60 personas. Estacionamiento cercano. Alquiler para eventos.
Mc Donald's	Est. Fluvial D. F. S. Mitre e Italia 4580-5115	Abierto todos los días. Alquiler para cumpleaños de niños.
Serena	Vivanco 1555 4749-1652	**Pastas, parrilla, minutas** Capacidad para 80 personas. Abierto de martes a viernes de 9 a 17hs, sábados y domingo de 9 a 21hs. Estacionamiento propio
La Vieja Estación	Vivanco 155-736-2436	**Parrilla, pastas caseras, minutas. Tenedor libre** Capacidad para 150 personas en salón comedor, en galería exterior 400 personas.. Abierto sábados, domingos y feriados. Estacionamiento propio. Alquiler para eventos. Shows en vivo viernes y sábado desde las 21hs.
Tiempo Libre	Maipú 232 4731-2250 **tiempo-libre@argentina.com**	**Minutas** Capacidad para 50 personas en salón comedor con ambiente climatizado. Galería con capacidad para 25 personas. Abierto de lunes a sábado de 8 a 18hs. Estacionamiento cercano

Costa Río Tigre

Nombre	**Ubicación / Teléfono**	**Características**
Canottieri Italiani	Mitre 74 4749-5655 Fax 4749-5772 **barcelonajose@hotmail.com**	**Especialidad pastas** Capacidad para 100 personas Abierto de miércoles a domingo. Estacionamiento exclusivo para clientes. Alquiler para eventos.
La Vaca Atigrada	Lavalle 369 4749-0698	**Pastas, parrilla, pescados** Capacidad para 200 personas Abierto todos los días Estacionamiento cercano Shows en vivo sábados por la noche.

Paseo Victorica

Nombre	**Ubicación / Teléfono**	**Características**
Vuelta y Victorica	Paseo Victorica 50 4749-2138 / 7106 **vueltayvictorica@arnet.com.ar**	**Parrilla, minutas, pescado, ensaladas** Capacidad para 450 personas. Abierto todos los días. Estacionamiento propio. Alquiler para eventos.
La Terraza	• 134 Paseo Victorica St. (5411) 4731-2916 **info@laterrazatigre.com.ar**	**Parrilla, minutas** Capacidad para 140 personas (90 en salón comedor). Comedor con calefacción y ventiladores de techo. Terraza con vista al Río Luján. Abierto de martes a domingo. Estacionamiento cercano. Alquiler para eventos.
T.B.C Grill,	Paseo Victorica 156	**Pastas, minutas**

restaurant, bar (Tigre Boat Club)	4731-0196	Capacidad para 70 personas. Abierto de viernes a domingo. Alquiler para eventos.
El Tío	Paseo Victorica 202 4731-5793	**Pastas, parrilla, minutas, pescados** Capacidad para 100 personas. Abierto todos los días. Estacionamiento propio.
La Draga	Paseo Victorica 248 4731-5195 **ladraga@internetcero.com**	**Minutas** Capacidad para 120 personas. Abierto todos los días. Estacionamiento cercano. Alquiler para eventos.
El Muelle	Paseo Victorica 278 4731-1000	**Pastas, mariscos y parrilla** Capacidad para 60 personas. Abierto todos los días excepto martes. Estacionamiento cercano.
Don Manuel	Paseo Victorica 290 4749-2862	**Parrilla, pastas, minutas** Capacidad para 300 personas. Abierto todos los días excepto miércoles. Estacionamiento cercano. Posee terraza climatizada. Alquiler para eventos.
A Dos Manos	Paseo Victorica 400 154-097-5314	**Parrilla, pastas, minutas** Capacidad para 60 personas. Abierto todos los días. Estacionamiento cercano. Alquiler para eventos.
María Luján	Paseo Victorica 611 4731-9613/14	**Cocina Internacional** Capacidad para 400

	info@marialujan.com.ar	personas. Abierto todos los días. Jardín de invierno, terraza junto al río. Ambiente climatizado. Estacionamiento y amarradero propio. Alquiler para eventos
Villa Julia	Paseo Victorica 800 4749-0242/ 0642 **info@villajulia.com.ar**	**Cocina internacional** Casona antigua frente al río con galería exterior y amplio parque con arboleda. Capacidad para 50 personas. Ambiente climatizado. Abierto todos los días. Estacionamiento.

Puerto de Frutos

Nombre	**Ubicación / Teléfono**	**Características**
La Cabaña de Don Pedro	Sarmiento 171 4749-0050	**Pastas caseras, parrilla, pescado** Capacidad para 130 personas. Abierto todos los días al mediodía. Estacionamiento cercano.
Lo de Negri	Sarmiento 7 4749-6235 **lodenegri@hotmail.com**	**Minutas, parrilla y pastas caseras** Capacidad para 400 personas. Salón comedor con calefacción central, aire acondicionado y ventiladores de techo. Terraza con vista al río. Abierto todos los días excepto martes hasta las 18hs. En temporada alta abierto todos los días. Se aceptan tárjetas de

		crédito. Menú en dos idiomas. Se habla inglés Alquiler para eventos
La Ranchera II	Sarmiento y Las Casuarinas 4749-9665	**Parrilla, pastas, ensaladas** Capacidad para 200 personas. Abierto todos los días excepto miércoles Estacionamiento cercano. Alquiler para eventos.
La Bita	Las Casuarinas y Los Eucaliptos 4512-4881	**Cafetería y pizzería** Capacidad para 24 personas Abierto sábados y domingo Estacionamiento cercano
El Lucero	Las Casuarinas. Puesto186 4731-0940 **ellucerorestaurant@hotmail.com**	**Pastas, parrilla y minutas** Capacidad para 240 personas. Salón comedor con calefacción a gas y ventilador de techo. Abierto de martes a domingos de 9 a 18hs. Se aceptan tarjetas de crédito. Alquiler para eventos.
La Placita del Puerto	Plaza del Puerto 4731-2190	**Minutas** Capacidad para 120 personas. Abierto todos los días excepto martes Lu-vie de 9 a 17hs. Fin de semana 9 a 22hs.
Amarras Snack Bar	Las Casuarinas y Río Luján 4731-0473 **amarrasnack@hotmail.com**	**Minutas** Capacidad para 90 personas Abierto de martes a domingo Estacionamiento cercano

Heladerías

Nombre	**Ubicación / Teléfono**	**Características**
Alpina	Avenida Cazón. 4731-6448	Abierta durante todo el año . Envíos a domicilio.
Antonio	2 sucursales: una en el centro de la ciudad sobre la Avenida Cazón y otra en la Estación Fluvial 4731-5323	Abierta durante todo el año . Envíos a domicilio.
Delta	Paseo Victorica	Capacidad para 20 personas. Abierta todos los días (durante la temporada estival).
Vía Toscana	Paseo Victorica 470	Capacidad para 40 personas Abierta a partir de septiembre y durante toda la temporada estival. Durante el resto del año funciona como cafetería. Abierto todos los días.

Esparcimiento:

Nombre del Atractivo: Parque de La Costa

Categoría: Esparcimiento.

Tipo: Parque de diversiones.

Subtipo:

Jerarquía: 2

Ubicación: Vivanco Nº 1509, Estación Delta, se ubica en las confluencias de los ríos Tigre y Luján

Medios de acceso:

AUTOMOVIL - Desde Capital (20 Minutos): Av. Gral Paz - Autopista del Sol (Panamericana), Ramal Tigre (Bajada Tigre Centro) por la calle Gral. Mitre costeando el río Tigre y doblar en la calle Vivanco a la derecha.

TREN - Desde Retiro: Línea TBA Ramal Mitre hasta la estación Mitre, combinando con TREN DE LA COSTA en Estación Maipú (Olivos) hasta la estación Delta. - Desde Retiro: Línea TBA Ramal Retiro -Tigre hasta la estación terminal, caminar cuatro cuadras por la calle Gral. Mitre costeando el río Tigre hasta la calle Vivanco, a la derecha una cuadra. –

Desde Olivos: TREN DE LA COSTA hasta la estación Delta, también combinando con TBA Ramal Mitre II en la estación terminal Mitre.
OMNIBUS - Línea 60 (Constitución - Tigre), Línea 21 (Liniers - Tigre; Puente La Noria - Tigre).

Características: El Parque de la Costa fue inaugurado en abril de 1997, presenta una múltiple oferta de atracciones al aire libre y en ambientes cerrados, desplegando sobre quince manzanas de superficie, en las confluencias de los ríos Tigre y Luján, un conjunto de edificios dispuestos alrededor de la Fuente de Aguas Danzantes más potente del continente, con pantalla de agua para proyecciones de vídeo y láser.

Es el parque temático más importante de la Argentina, presenta una propuesta única e inigualable de juegos, servicios, atracciones, propuestas

gastronómicas y shows en vivo para todas las edades, más de 70 atracciones infantiles, familiares y vértigo, sumadas a la más amplia gama de espectáculos teatrales en vivo.

Detalle de juegos y espectáculos:

Para todas las edades: Autos Chocadores, Baile de las Tazas, Barco Pirata, Botes del Pantano, Botes Chocadores, Catamarán, El Infierno, Faro del Delta, Ciber Café, Grand Prix, Golfito Galáctico, Karting Monza, Laberinto Encantado, Láser Shots, Mini Golf, Montaña Rusa "El Vigía", Palestra Aconcagua, Pulpo, Vuelta al Mundo, Orcas Voladoras, Paseo de la suerte, Rayuela acuática, Samba "Marte a Gogó", Sillas Voladoras, Toboganes y mantas Aconcagua, Tour de las Naciones, Tren del Parque, Salón de los Espejos Embrujados y Vídeo Juegos.

Máxima adrenalina: Desorbitados, Montaña Rusa "Boomerang", Montaña Rusa "Desafío", Montaña Rusa "Saltos del Delta" y Vértigo Xtremo.

Shows: Camarín de Cloty; Cara de Barro te Cuenta un Cuentito; Cara de Barro tiene unas Ganas Locas; Cuentos Mágicos de la Comarca; El Recreo de Oso, Braulio y Yoni; Fuente de Aguas Danzantes; Fuente de Cierre con fuegos artificiales; Mil Décadas; Music Hall del Parque; Show de Magia y Show de los Personajes.

Observaciones:

Abre los días sábados, domingos y feriados a partir de las 11:00. Juegos permanecen abiertos hasta las 19:00hs.
En vacaciones abierto todos los días desde las 10 hs.
TEL (011) 47326300 – informes@trencosta.com.ar

PRECIOS

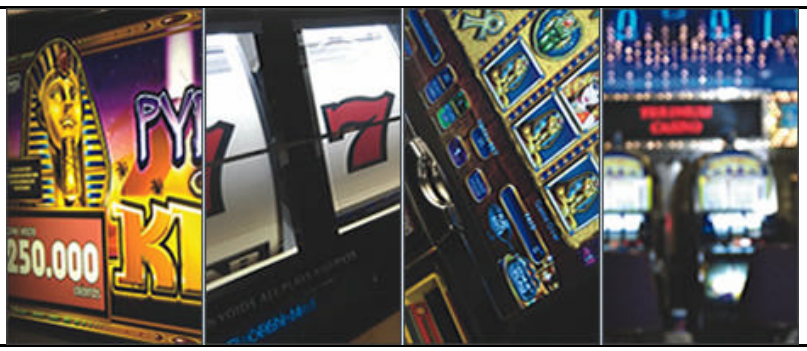
Pasaporte Plus más de 70 atracciones y shows en vivo y Doble diversión para volver gratis en los próximos 3 meses ... $33

Pasaporte Promo más de 60 atracciones y shows en vivo... $25

Mayores de 60 años, Embarazadas y Discapacitados , Plus $ 12 y Promo $8

Menores de 3 años GRATIS

Todos los pasaportes incluyen Seguro de Lluvia.



Nombre del Atractivo: Casino Trilenium

Categoría: Esparcimiento.

Tipo:

Subtipo:

Jerarquía: 4

Ubicación: Perú 1385 - Ciudad de Tigre

Medios de acceso: Y hay 3 opciones para hacerlo.

TREN

Tren de la Costa:
Parte de la estación Maipú, en Avenida Maipú al 2300, Vicente López, y finaliza su recorrido en la estación Delta, frente a Trilenium.
Duración del viaje: 25'.

TBA-Línea Mitre, Ramal Tigre:
Parte de la estación Retiro y arriba a la estación Tigre, a 6 cuadras de Trilenium.
Duración del viaje: 50'.

COLECTIVO

60, carteles Alto, Bajo, Fleming **:**
Parte de la estación Constitución, pasa por Plaza Italia y Puente Saavedra, y arriba a la terminal de Avenida Cazón al 1200, a 6 cuadras de Trilenium.
Duración del viaje: 90'.

60 (38):
Realiza un recorrido similar al del 60 antes mencionado y arriba a la terminal Lavalle y Gral. San Martín, a 7 cuadras de Trilenium.
Duración del viaje: 75'.

AUTO

Autopista Panamericana:
Viajando desde Capital Federal: se accede al ramal Tigre se sigue hasta el final. Desde allí, se continúa por la Avenida Luis García, según lo indicado en el mapa.

Av. Libertador:
Viajando desde Capital Federal: se dobla a la izquierda al finalizar esa avenida

y se toma Almirante Brown. Al 500, se gira a la derecha para circular por la Avenida Cazón, doblando después a la derecha en Guareschi. Luego, hay que continuar según lo indicado en el mapa.
Características: Trilenium ofrece 22.000 m2 cubiertos distribuidos en tres niveles perfectamente acondicionados. Cuenta con más de 1900 slots de última generación (Tragamonedas), 74 mesas de juego, 7 áreas gastronómicas que satisfacen perfectamente todos los paladares y un Teatro donde se puede asistir a espectáculos de primer nivel. También ofrece servicio de Valet Parking y Estacionamiento propio con capacidad hasta 1600 vehículos.
Observaciones: Entrada: Sin Cargo Acceso: Exclusivo para personas mayores de 18 años Informes al 4731-7001 **Horarios:** Trilenium abre sus puertas de lunes a jueves a partir de las 11 de la mañana, hasta las 6 de la madrugada. De jueves a domingos permanece abierto las 24 horas. **Horarios Sala Especial:** Domingos a Miércoles de 16 hs. a 04 hs. Jueves a sábados de 16hs. a 07 hs. Teléfono: 4731-7001

Instrumentos de investigación:

Encuesta:

Las encuestas se realizaron a un grupo de 100 personas, entre ellos residentes del Tigre y comerciantes de Turismo.

El tipo de encuesta que se eligió para esta investigación es la encuesta personal, la misma se realiza en forma de encuentro cara a cara entre el entrevistado y el entrevistador, con ella se logran conseguir el mayor porcentaje de respuestas.

Los tipos de preguntas utilizadas para la realización de las mismas fueron: preguntas cerradas, dicotómicas, ya que las mismas dan agilidad al cuestionario, requieren un menor esfuerzo del entrevistado y facilitan la comparación de respuestas. También se utilizaron preguntas de tipo abiertas para complementar la información, ya que ofrecen la posibilidad de descubrir nuevas respuestas, opiniones o situaciones no previstas. Las mismas pueden reconducir o negar las hipótesis previas, y dan mayor liberad al encuestado.

Buenos días/tardes mi nombre es Rocio Rebord, soy estudiante de Turismo de la Universidad Abierta Interamericana, estoy realizando una encuesta sobre los impactos socioculturales generados por el Turismo en el Tigre. Por este motivo solicito su colaboración, respondiendo una serie de preguntas, le agradezco anticipadamente. La información que se recoja en los cuestionarios es confidencial y anónima.

Edad:…… Ocupación:……..
Sexo: F/M

1. ¿Lo entusiasma la llegada de turistas a la localidad del Tigre?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

2. ¿Cree que el Turismo en la localidad del Tigre puede ser un medio para incrementar el bienestar económico de la población residente?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

3. ¿Cuál cree que es la actitud del residente hacia los turistas que visitan la localidad del Tigre?

a-Entusiasmo respecto a la llegada de turistas	
b-Irritación respecto a la saturación del destino	

4. ¿Cree que el turista puede ser visto como una forma de negocio por el residente de Tigre?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

5. ¿Piensa que el Turismo puede generar nuevos puestos de trabajo en la localidad del Tigre?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

6. ¿Cree que como consecuencia del desarrollo turístico los precios de los bienes y servicios de consumo del Tigre aumentaron?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

7. Como consecuencia del interés que los turistas tienen respecto al destino turístico Tigre, ¿Piensa que puede aumentar el interés de los residentes por la cultura propia?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

8. ¿Cree que el turismo puede lograr una revitalización de las costumbres locales?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

9. ¿Piensa que el Turismo puede llevar a la mercantilización extrema de las tradiciones locales?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

10. ¿Esta de acuerdo con que se puede producir una carga psicológica en los residentes, como consecuencia de una sobrecarga turística?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

11. ¿Qué tipo de turistas visita mayoritariamente el Tigre?

a-Turistas nacionales	
b-Turistas extranjeros	

Nota……
……

12. Respecto a los turistas extranjeros, ¿Cuál es la actitud que toma el residente hacia los mismos?

a-Resentimiento hacia los turistas extranjeros	
b-Aceptación hacia los turistas extranjeros	

13. ¿Cree que la llegada de Turistas extranjeros pueda provocar una perdida de la cultura local?

SI	
NO	

¿Por qué?
……

14. ¿Cómo consecuencia del Turismo en el Tigre que cree que ocurre respecto al Patrimonio Histórico del lugar?

a-Preservación y rehabilitación de monumentos y edificios históricos	
b- Deterioro del Patrimonio Histórico y monumentos.	

Nota……
……

15. ¿Cuál de los siguientes elementos urbanos cree que empeoro, mejoro o sigue en iguales condiciones? (Marcar con una X la opción elegida).

	Empeoro	Mejoro	Iguales condiciones
a-Sanidad			
b-Transporte			
c-Educación			
d-Calles y avenidas			
e-Seguridad			
f- Pavimentación de calles, avenidas y caminos.			
g-Iluminación de calles y caminos.			
i- Señalización			

Nota……
……

Entrevista:

El tipo de entrevistas a realizar serán de investigación, semiestructurada; en las mismas los entrevistados son transmisores de información sobre el tema que se trata de averiguar, sobre aquellas cuestiones sobre las que tienen participación, cada entrevistado es un representante típico de aquel conjunto poblacional que quiero conocer, o personas con información suficiente (informante clave) como para acercarme al descubrimiento de los objetivos de dicha investigación.

La entrevista de investigación tiene un carácter descriptivo como interpretativo, interesándose tanto por los comportamientos entorno a un determinado tema (lo que se hace), como por las cuestiones valorativas o lo que se piensa sobre el (lo que se dice); la entrevista de investigación sirve para obtener información en relación a: la reconstrucción de acciones pasadas; estudio de las representaciones sociales personalizadas; estudio de la interacción entre constituciones psicológicas personales y conductas sociales especificas.

La entrevista semiestructurada no parte de un listado de preguntas fijas sino de un listado de temas a tratar, el peso de la conversación caen del lado del entrevistado, el entrevistador ha de procurar intervenir lo menos posible utilizando tácticas comunicativas que animen al entrevistado a seguir hablando, asociando ideas, recordando sucesos. La función principal del entrevistador es tirar el hilo del discurso del entrevistado, es por esto que deberá tener un conocimiento profundo sobre los temas que investiga con el fin de obtener un discurso extenso, detallado y en profundidad.

Entrevistas a residentes de El Tigre:
Preguntas Guía:

1. ¿Cree que el Turismo es un factor importante para el desarrollo económico del Tigre?
2. ¿Cuáles cree que son los impactos positivos generados por la actividad turística en la localidad?
3. ¿Cuáles cree que son los impactos negativos generados por la actividad turística en la localidad?
4. ¿Cuáles son las problemáticas sociales y culturales producidas por la actividad turística en la localidad?

Entrevistas a miembros del ente turístico de la localidad del Tigre:
Preguntas guía:

1. ¿Cómo cree que esta posicionado turística mente el Tigre hoy en día?
2. ¿Por qué cree que se sienten atraídos los turistas a visitar el Tigre?
3. ¿Cree que el Turismo es un factor importante para el desarrollo económico del Tigre?
4. ¿Cómo cree que afecta la actividad turística al Tigre? Principales impactos. Sobrecarga turística.
5. ¿Piensa que el Turismo en la localidad el Tigre puede afectar en su cultura, y patrimonio cultural? ¿Por qué?
6. ¿Cree que el turismo influye en el aumento de interés de los residentes por la cultura propia?

7. ¿Piensa que existe una mercantilización extrema de las tradiciones locales?
8. ¿Nota una mejora en las condiciones de la infraestructura (sanidad, transporte, educación, calles, seguridad, etc.) como consecuencia del Turismo?

La observación científica:

Se llevará a cabo una observación de tipo externa, no participante no sistematizada, cualitativa, con el fin de observar la relación entre residentes y visitantes, tanto como el comportamiento del turista en el destino, y el trato del residente hacia el turista.

La observación es:

Externa o no participante: cuando el observador ni se incorpora a la vida cotidiana del grupo a observar, ni participa en sus vivencias y relaciones. Manteniéndose así a margen como un espectador pasivo, que se limita a registrar la información que aparece ante el, sin interacción, ni implicación alguna.

Escogí este tipo de observación ya que no es intrusita, no interfiere ni modifica la marcha cotidiana de lo observado, lo cual me permitió la máxima objetividad y veracidad posible.

Directa: ya que es una observación que se realizó sobre el terreno, sin incorporarme a la vida del grupo a fin de no modificar su comportamiento habitual. El observador debe pasar desapercibido y debe ser aceptado por los observados.

No sistematizada: ya que es la que permite mayor grado de flexibilidad y apertura a cuanto acontece, puede aportar múltiples datos y detalles que de otro modo pasarían desapercibidos en beneficio de una serie de conductas o cuestiones pre-establecidas desde un principio.

Cualitativa: ya que se procede de forma poco estructurada, dando prioridad a los aspectos relacionales y significativos de la conducta.

1. Puntos básicos a observar:

A)-**Los participantes**: distinguir entre residentes y turistas, observar sus actitudes, sus relaciones entre ambos, sus características, edad, sexo, etc.

B)-**El ambiente**: Observar las características físicas del escenario, si el mismo es abierto, cerrado, la capacidad de carga. El estado del mismo (si esta deteriorado, si esta preservado, limpio, cuidado).

C)- **Comportamiento**: Se analizará la forma de actuar de los participantes en cuestión (turista-residente), como se desarrollan en el ambiente físico; cuál es el trato que tienen entre ambos; cual es la respuesta de unos frente a otros.

2. <u>Lugar y tiempo de observación</u>:

Se desarrolló una observación natural, ya que se realizó en el ambiente habitual en que se desenvuelven los individuos, a partir de sus actividades cotidianas.

Respecto al tiempo de las observaciones se llevó a cabo en diferentes períodos todos durante los fines de semana, y un feriado, durante los mismos horarios aproximados (14:00-18:00 hs) desde la primera observación. En total fueron 4 visitas.

3. <u>Muestreo</u>:

Se fue desarrollando y orientando con la consecutiva recogida de información. El número total de observaciones depende del criterio de saturación, es decir que se realizan observaciones hasta que las nuevas informaciones no aporten más datos o aspectos significativos.

Se utilizó un muestreo basado en criterios: el muestreo de casos guía; ya que se diseñó los casos ideales dentro de la población, es decir aquellos que por sus características, comportamientos, participación, experiencia, etc. Pueden aportar mayor riqueza informativa.

4. <u>Instrumentos de registro:</u>

- Diario/cuaderno de campo.
- Fichas de seguimiento.
- Catálogos de conductas: Registros de conductas, listas de control.
- Registro anecdótico.

a)- **<u>Diario o cuaderno de campo</u>**: Se anotó de forma continuada los acontecimientos, actividades, características de los sujetos (residentes, turistas), las manifestaciones conductuales, lo cual permitió la descripción exhaustiva de los acontecimientos y detalles.

b)- **<u>Plantillas o fichas de seguimiento</u>**: se registraron las observaciones de aquellos aspectos considerados más relevantes, se utilizaron como complemento del registro anterior, y si bien fueron diseñadas de antemano, se terminaron de definir en la salida a campo.

Modelo de ficha de actividades:

ACTIVIDAD	FECHA
Participantes: Numero:.……. Nacionalidad:.……. Edad:.…….. Sexo:……...	Actitud personal: Turista es protagonista:( ) Turista es espectador: ( ) Actividad grupal: ( ) Actividad individual: ( ) Gran concentración turística: ( )
Tipo de actividades: Visita a sitios naturales: ( ) Visita a museos o manifestaciones culturales: ( ) Folklore: ( ) Acontecimientos programados: ( ) Actividades deportivas: ( ) Otros: …….	Locación: Al aire libre: ( ) Espacios cubiertos: ( )
Observaciones:……. ……. …….	

C)- **<u>Catálogos de conductas</u>**: se confeccionó una lista a partir de la cual se pretende advertir conductas, clasificarlas y estimar relaciones funcionales entre las mismas.

ACTITUDES	SI	NO

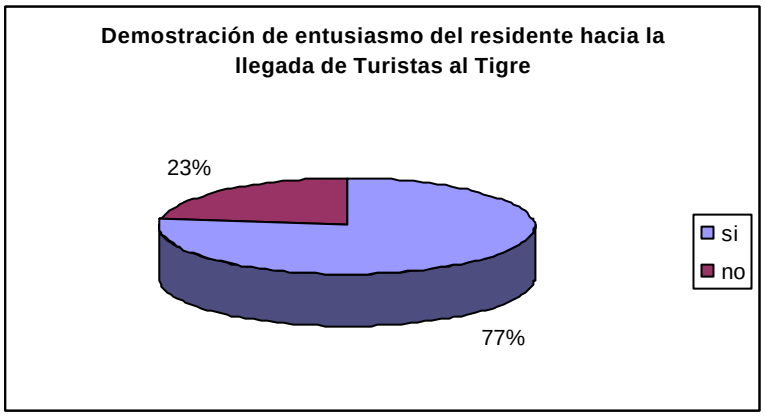
D)- **Registro anecdótico**: en este caso no se pretende recoger todo cuanto acontece de forma continuada, sino que se anotaron aquellos aspectos que se consideraron más relevantes o significativos. No se fija un momento o situación especial, ya que las anécdotas se recogen en el momento que aparecen y tal como se manifiestan.

Nombre:……
Fecha:……..Día/Hora:……
Lugar:……
Situación:……..
Descripción de la anécdota:……..
……..
……
Comentarios:…….....
……

Análisis de las encuestas:

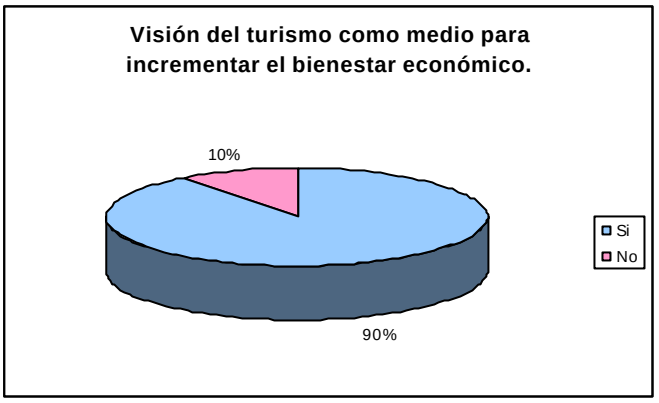
Pregunta 1: ¿Lo entusiasma la llegada de turistas a la localidad del Tigre?

En esta primera pregunta las opiniones fueron variadas pero claras en su resultado, ya que hubo un 77% que se muestra entusiasta hacia la llegada de turistas, en especial los comerciantes y residentes directamente afectados y beneficiados con la actividad turística; en el 23% restante, el cual no se muestra entusiasta ante la llegada de turistas, se ve reflejado el sector de residentes que se consideran afectados en forma negativa ante la llegada de turistas, los mismos justificaban sus respuestas haciendo referencia a las complicaciones que provocan la gran cantidad de turistas en la zona (sobre todo fines de semana y feriados), tales como gran transito de gente, congestionamiento de calles y avenidas, gran bullicio y contaminación.



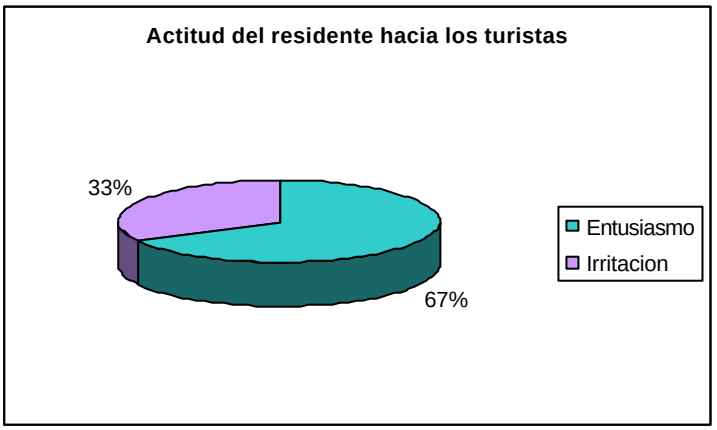
Pregunta 2: ¿Cree que el Turismo en la localidad del Tigre puede ser un medio para incrementar el bienestar económico de la población residente?

La mayoría de los encuestados, el 90%, están de acuerdo en que el turismo puede incrementar y favorecer la economía del Tigre, ya que son concientes de los beneficios que genera en la localidad, y las posibilidades de crecimiento, y sostienen que muchos comercios, orientados a distintas ramas han prosperado desde el desarrollo del turismo en la localidad. Por otra parte hay una gran cantidad de encuestados sobre todo los de la zona del puerto de frutos, la zona de la estación fluvial que creen que hoy en día el Turismo es una de las principales actividades económicas de la localidad.
El 10% restante, residentes jóvenes, no cree que es una actividad que generé tantos ingresos en el destino.



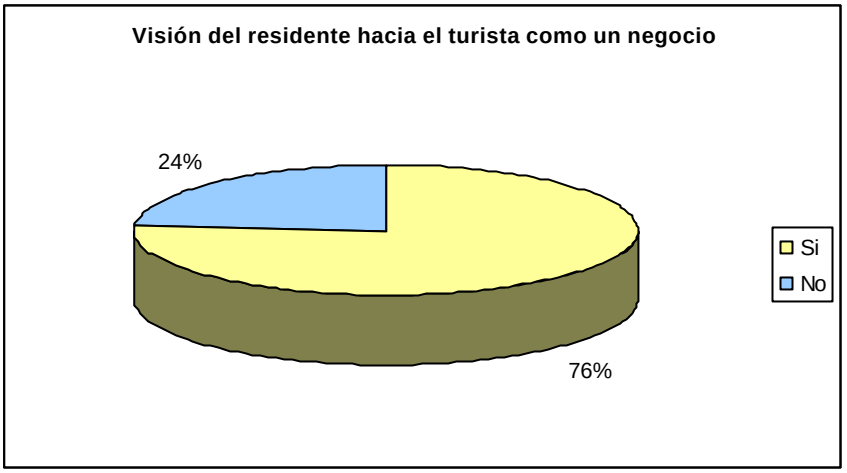
Pregunta 3: ¿Cuál cree que es la actitud del residente hacia los turistas que visitan la localidad del Tigre?

La mayoría demostró entusiasmo ante la llegada de Turismo, ya que en relación a la pregunta anterior, saben lo beneficioso que es para el Tigre, pero una parte que si bien piensa que esta actividad es positiva siente cierta irritación respecto a la saturación del destino, por las complicaciones que genera en cuanto a la gran cantidad de turistas en la zona, la mayoría siempre haciendo referencia al alto nivel de transito y la gran cantidad de residuos en la vía publica.

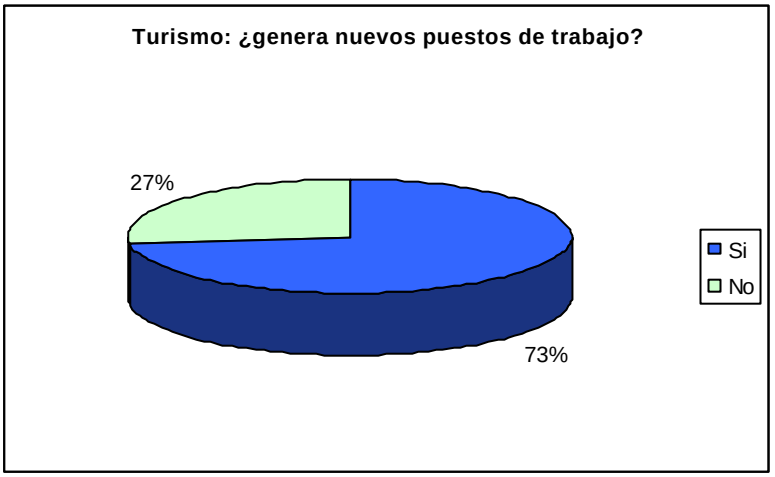


Pregunta 4: ¿Cree que el turista puede ser visto como una forma de negocio por el residente de Tigre?

El porcentaje mayor, que corresponde al 76%, en su mayoría personas encuestadas en la zona del puerto de frutos, empleados y dueños de los negocios, creen que en ciertas ocasiones se piensa en el turista como una forma de negocio, por los propios beneficios que representa, y señalan que gran parte de los residentes de Tigre han aprovechado el auge turístico de la localidad para avocarse al comercio en la misma, y así obtener un mayor ingreso económico.
Sin embargo hay una minoría, sobre todo las personas que fueron encuestadas en las zonas mas alejadas del puerto, que creen que si bien se piensa en las ventajas económicas de la llegada de turistas, los mismos no son vistos como una forma de negocio, sino como una demanda que puede favorecer al comercio ya vigente.



Pregunta 5: ¿Piensa que el Turismo puede generar nuevos puestos de trabajo en la localidad del Tigre?



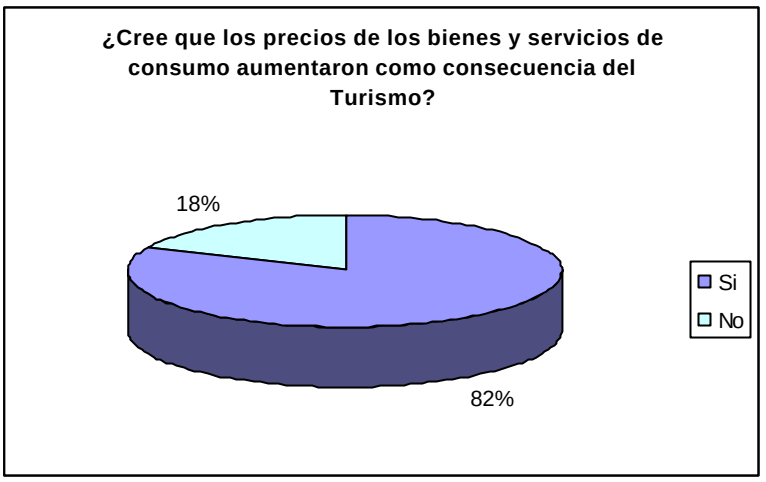
El 73% de los encuestados cree que el Turismo puede generar nuevos puestos de trabajo, basándose en el gran crecimiento que provoca en cuanto al desarrollo comercial y por ende su consecuente necesidad de personal. Por otra parte el porcentaje minoritario cree que si bien el turismo puede generar un desarrollo de los centros comerciales no siempre va acompañado de nuevos puestos de trabajo, ya que muchas veces los empleados son pocos, y en su mayoría son negocios familiares.

Pregunta 6: ¿Cree que como consecuencia del desarrollo turístico los precios de los bienes y servicios de consumo del Tigre aumentaron?

En respuesta a esta pregunta los encuestados más cercanos a la zona del Puerto de Frutos, del Paseo Victorica, y del Puerto Fluvial consideran que el Turismo puede incrementar los precios de los bienes y servicios de consumo del Tigre, argumentando entre otras cosas:

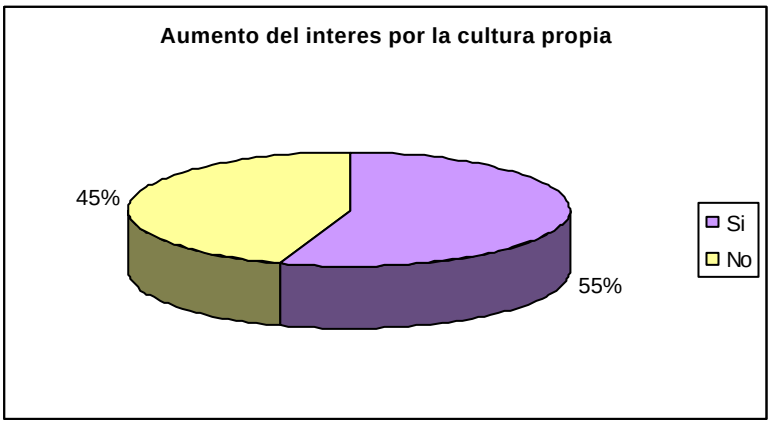
"Muchas veces los comerciantes se aprovechan de ésta situación, principalmente los fines de semana y en la zona del Puerto de Frutos"

En cuanto al 18% restante cree que los precios aumentan pero no necesariamente como consecuencia de la actividad Turística.



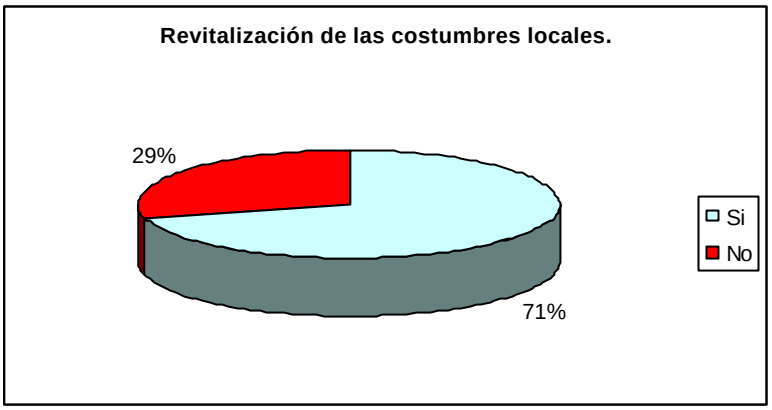
Pregunta 7: Como consecuencia del interés que los turistas tienen respecto al destino turístico Tigre, ¿Piensa que puede aumentar el interés de los residentes por la cultura propia?

En esta pregunta creo que influyó mucho el factor de la edad de los encuestados, ya que el 45% que respondió que no cree que el turismo pueda generar un aumento en el interés de los residentes por la propia cultura, en su mayoría fueron adolescentes, así como también residentes no relacionados directamente con la actividad turística, muchos de ellos creen que la población no se interioriza en su patrimonio, sino que simplemente ven a la localidad como el lugar donde residen esto se puede apreciar en una de las respuestas: *" Los residentes vemos a Tigre como la localidad en donde vivimos y no como centro turístico",* esto puede dar idea de una falta de conscientización tanto turística, como cultural en la población.
El 55% restante cree que el interés de los turistas puede fomentar el propio, y que debe de estar acompañado por una promoción o campaña municipal.



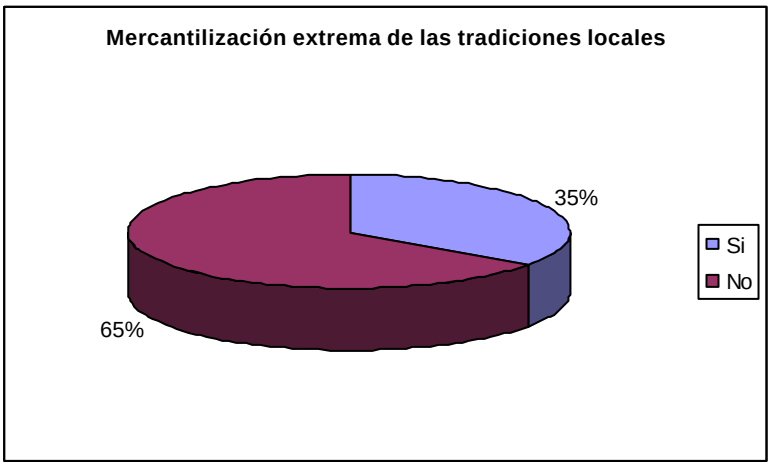
Pregunta 8: ¿Cree que el turismo puede lograr una revitalización de las costumbres locales?

Un 71% piensa que el turismo provoca una revitalización de las costumbres locales, de este porcentaje se desprende un grupo, que en general fueron los encuestados mas alejados del puerto y la estación fluvial, que piensan que este hecho se produce principalmente dirigido hacia el turismo y no en pos de la población residente.



Pregunta 8: ¿Piensa que el Turismo puede llevar a la mercantilización extrema de las tradiciones locales?

La mayoría no cree que el Turismo puede llevar a una mercantilización extrema de las tradiciones locales, ya que consideran que si bien hay un gran numero que se dedica a la comercialización y explotación de artículos y bienes que hacen a la tradición del Tigre no es excesiva, ya que hoy en día han crecido otros tipos de actividades innovadoras y poco tradicionales, para poder ofrecer una oferta distinta, tal es el caso por ejemplo de las nuevas ferias con locales modernos y productos poco relacionados con el Tigre.
El 35% a favor cree que se trata de aprovechar tanto las tradiciones locales explotadas con fines turísticos que puede llevar a un exceso de las mismas, dando como ejemplo la cantidad de negocios que ofrecen las típicas artesanías hechas en mimbre, o puestos de venta de frutas y verduras, etc.



Pregunta 9: ¿Esta de acuerdo con que se puede producir una carga psicológica en los residentes, como consecuencia de una sobrecarga turística?

Un 58% piensa que se puede producir una carga psicológica en los residentes como consecuencia de una sobrecarga turística, argumentando que la gran cantidad de turistas que llegan al Tigre puede trastornar su forma de vida cotidiana.
El 42% restante no considera esto factible ya que argumentan que la sobrecarga turística se produce únicamente los fines de semana, feriado y en temporada alta, y no creen que sea motivo suficiente.

Pregunta 10: ¿Qué tipo de turistas visita mayoritariamente el Tigre?

La gran mayoría considera que el Tigre recibe igual cantidad de turistas extranjeros, como nacionales, ya que creen que las características del destino atraen tanto a los turistas Argentinos (en su mayoría de las localidades cercanas) por ser un destino diferente y por su cercanía a la capital, y creen que cuenta con un imponente paisaje y propuestas diferentes como para ser visitado por los turistas extranjeros.

Pregunta 11: Respecto a los turistas extranjeros, ¿Cuál es la actitud que toma el residente hacia los mismos?

El 98% de los encuestados se mostró completamente a favor de la llegada de turistas extranjeros, sintiendo orgullo por el interés que pueden llegar a tener los mismos en visitar dicha localidad.

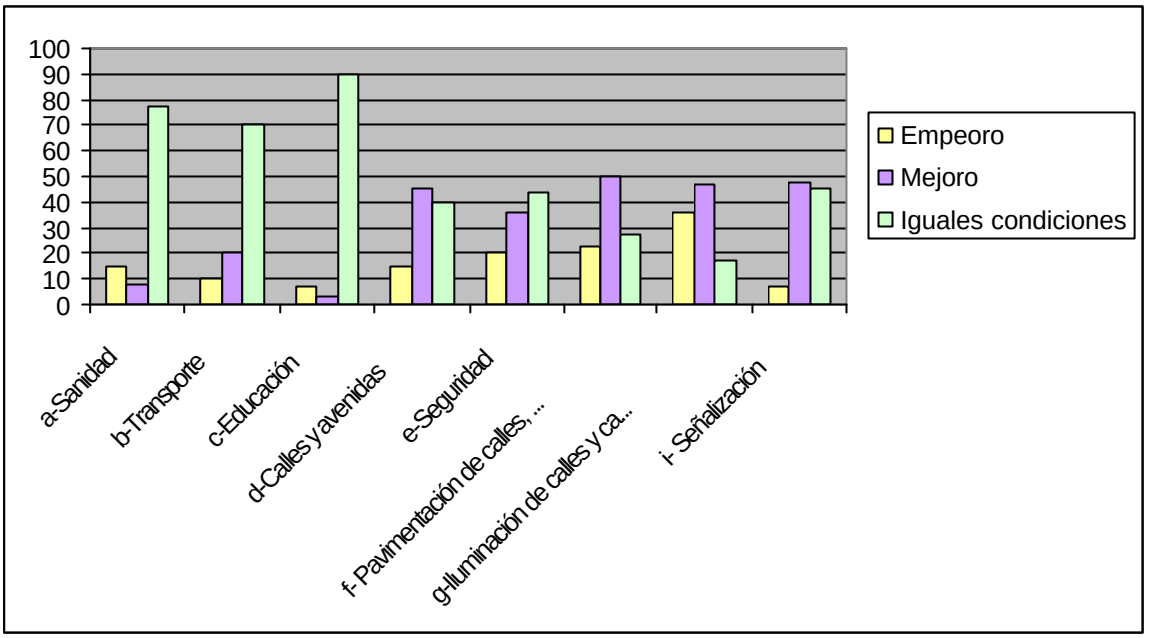
Pregunta 12. ¿Cree que la llegada de Turistas extranjeros pueda provocar una perdida de la cultura local?

La mayoría de los encuestados no cree que el turismo Internacional pueda provocar una perdida de la cultura local en la zona, ya que son conscientes que los mismos no se asientan en el destino sino que están de paso, y si bien se sienten atraídos por conocer sus costumbres no tienen intención alguna en modificarlas.

Pregunta 13: ¿Cómo consecuencia del Turismo en el Tigre que cree que ocurre respecto al Patrimonio Histórico del lugar?

Un 66% cree que el Turismo ayuda a la preservación y rehabilitación de los monumentos y edificios históricos del destino, ya que piensan que esto se realiza para incrementar el turismo, aunque un 34% piensa que el Turismo puede provocar un deterioro del Patrimonio Histórico, monumentos como consecuencia del deterioro que puede provocar la gran cantidad de visitantes en la zona, y la no adecuada preservación por parte de las entidades.

Pregunta 14: ¿Cuál de los siguientes elementos urbanos cree que empeoro, mejoro o sigue en iguales condiciones? (Marcar con una X la opción elegida).



Respecto a esta ultima pregunta en líneas generales la mayoría concuerda en que si bien en los últimos años se produjeron algunas mejoras en la localidad, no todas fueron como consecuencia del Turismo, pero si tuvo cierta influencia, considerado el mismo como una fuerte actividad económica para la zona, y una gran posibilidad de desarrollo local.

Conclusiones Finales

Luego de la investigación desarrollada podemos concluir en que el Turismo provoca en el destino Turístico del Tigre impactos socioculturales positivos como negativos.

Es muy difícil generalizar y afirmar que el Turismo puede producir únicamente impactos positivos o negativos, ya que si bien se llega a la conclusión de que en su mayoría los efectos a nivel sociocultural son positivos no implica que no se produzcan también impactos poco beneficiosos.

A lo largo de este trabajo no queda duda de que el Turismo en la actualidad significa para el tigre una de sus principales actividades económicas brindando una gran posibilidad de desarrollo y crecimiento, es por esto que el destino es consciente de esta situación y brinda especial atención a la misma.

Respecto a los impactos positivos socioculturales que se pueden presentar como consecuencia del Turismo:

Como ya se mencionó en el desarrollo de la investigación, la calidad de la experiencia turística depende de las atracciones principales ofrecidas en el destino, acompañado por el mantenimiento de la infraestructura y las facilidades, esta a la vista que este aspecto esta claro en el destino de Tigre, ya que no dejan nada, o casi librado al azar, dando como resultado un destino turístico bien mantenido y equipado (en cuanto a infraestructura y planta turística), a fin de lograr una mayor cantidad de demanda turística, así como también mantener la actual.

Según la opinión de los residentes concuerdan, en su gran mayoría que el turismo trae aparejado cierta mejora en la calidad de vida de la población, en cuanto a que con el fin de lograr incrementar la demanda turística, se suele mejorar los servicios locales, no todos consideran que estas mejoras sean consecuencias meramente del turismo, pero si piensan que influyen, y que lo creen conveniente a fin de dar una buena imagen local al turista.

Respecto a la cultura local, se comprobó que el turismo puede estimular el interés de los residentes por su propia cultura, al menos la mayoría de los residentes entrevistados creen que esta actividad puede generar una mayor concientización sobre la comunidad histórica y la cultura local, así como contribuir en la preservación y rehabilitación del patrimonio turístico: sus monumentos, edificios, y lugares históricos. Esto se puede apreciar no solo con la opinión aportada por la población, en la salida a campo, sino también con ejemplos concretos como es el caso de la comisión de defensa del patrimonio histórico, que se creo con el fin de realizar un relevamiento de edificios que forman parte del patrimonio histórico y artístico del distrito, con esto se busca detectar el valor testimonial y artístico de determinados sitios; estaría integrada por responsables de la municipalidad como por vecinos. Esta comisión lamentablemente presentó su renuncia tras seis meses de su creación, ya que su fin principal era lograr que la administración municipal actual cumpliera sus

promesas y protegiera su patrimonio urbano, que se cuidase y preservase el estilo urbanístico tan característico de Tigre, y se evitara que se modificasen las alturas y los usos del suelo, vía ordenanzas de excepción, y esto no se cumplió con la demolición de la Quinta de Cobos (Vieja Sede del Club Tigre) con lo cual los miembros no sintieron estar respaldados y que dicha organización cumplía su fin. Esto da la pauta de que si bien el ente municipal resguarda el patrimonio cultural e histórico y le da un alto grado de importancia al turismo y sus actividades, no lo hace al cien por ciento.

El sector turismo requiere desarrollar nuevos productos de calidad capaces de enfrentar con éxito la competencia de otras propuestas. La cultura es al respecto un recurso excepcional que, además, a través del turismo se transforma en la mejor fuente potencial para financiar la preservación del patrimonio cultural. De aquí la necesidad del trabajo conjunto de ambos sectores en procura de comunes intereses.

Respecto a relación entre visitante-residente, la población local muestra una actitud favorables ante la llegada de turistas, y el trato que mantienen entre ambos es bueno, el residente es consciente de los beneficios que generan y cuidan de los mismos, el turismo se percibe como un negocio del cual hay que sacar provecho. No obstante hay un sector de la población, representado por los residentes no relacionados con las actividades turísticas, la cual muestra cierto grado de intolerancia ante la presencia de turistas, justificado en los trastornos que provocan en sus vidas cotidianas, sobre todo durante fines de semana y feriados.

Puede decirse que hay cierto grado de saturación lo cual provoca que se pase el umbral de tolerancia por parte de algunos residentes hacia los turistas, provocando un impacto negativo.

En cuanto a la posibilidad de una acultrurización queda descartada, ya que si bien el Tigre recibe una gran cantidad de turismo internacional, al ser este un destino de excursión o estadía corta, el visitante este no se asienta en el lugar, sino que su permanencia es breve (por lo general se visita durante el día o un fin de semana), lo cual no genera cambios significativos en cuanto a las costumbres locales.

Así como el turismo puede proporcionar un mercado para ayudar a preservar las culturas, también alienta formas culturales pseudo tradicionales. Así, por ejemplo, se producen grandes volúmenes de artesanías (como se puede apreciar la gran cantidad de puestos que se dedican a comercializar los mismos productos, como por ejemplo las artesanías realizadas en mimbre) generando productos de menor calidad que pierden su valor artesanal diferenciado. También en ocasiones se presentan o manufacturan productos de acuerdo a los gustos del turista, perdiéndose rasgos de identidad fuertes que no son comercializables.

Cabe destacar que uno de los principales impactos socioculturales positivos que puede generar el turismo en el destino es el aumento de empleo, actualmente la actividad turística en la zona crece cada día mas, lo cual da a la posibilidad a los residentes de abocarse a su explotación generando una importante posibilidad de incrementar el bienestar local. Esto se ve reflejado

en la cantidad de nuevos locales que crecen, principalmente en los alrededores del puerto de Frutos, lo que genera una arquitectura moderna dando como resultado una mezcla entre lo tradicional (haciendo referencia a los típicos puestos con artesanías y productos propios del Tigre) y lo moderno, perdiendo de esta forma un poco el estilo urbanístico característico de la zona.

Respecto a los impactos negativos socioculturales que se producen como consecuencia del turismo, la mayoría se presentan en las zonas más turísticas del Tigre, como el puerto de Frutos, el paseo Victorica, estos productos o destinos tradicionales, vinculados a un uso indiscriminado de los recursos, estas zonas reciben la mayor cantidad de turistas y son las mas afectadas en cuanto a contaminación, pero se comprobó que la municipalidad refuerza la limpieza de las mismas, sobre todo durante fines de semana y feriados, y están previstas del material necesario para que no se vean afectadas.

El crecimiento de la zona es inminente, se traduce, por ejemplo, en un incremento del 60% en las plazas (hoteleras) entre 2003/08, esto suma 800 plazas, según los datos proporcionados por la oficina de desarrollo turístico, en el 2007 hubo 63.000 consultas, de las cuales el 50% corresponden a turistas extranjeros que vienen por su cuenta, esto demuestra el gran interés por el destino. Es por esto necesario para un funcionamiento adecuado, se necesita un mantenimiento intenso y constante que permita conservar los atractivos culturales y naturales en el mejor estado posible para el turista, ya que de éstos depende su éxito. El municipio es conciente de la necesidad de una planificación turística la cual debe adecuarse a los cambios, y de la importancia de pensar en un desarrollo sustentable, para la conservación del ambiente, así como el desarrollo económico y social de la región.

El turismo no debería tomar en cuenta únicamente los intereses económicos, sino que deberían tomar en cuenta el buen funcionamiento del ecosistema en donde se desarrolla, ya que, en última instancia, es de los espacios culturales y naturales del cual depende totalmente su éxito en el corto y en el largo plazo. Es por esto que al momento de planificar y pensar en turismo se deben tener en cuenta los principios del turismo sustentable:

- Proporcionar experiencias de la más alta calidad a los turistas, ya que las necesidades actuales de los visitantes son más exigentes y requieren de un trato personalizado con servicios altamente calificados.
- Promover el desarrollo de la riqueza natural y cultural de cada región.
- Difundir las ventajas y oportunidades que la actividad turística brinda a la economía y al ambiente.
- Mejorar el nivel de vida de las comunidades receptoras, creando fuente de trabajo y oportunidades de crecimiento a la población.

Estos principios contemplan ventajas como la conservación y el uso sustentable de los recursos naturales, culturales y sociales, lo cual es fundamental para que los negocios en el largo plazo tengan éxito; se puede considerar como otra ventaja la reducción sobre consumo y los desperdicios, evitando costos de reparación de los daños al ambiente en el largo plazo. Un turismo que apoye un amplio rango de actividades económicas locales y tome en cuenta los valores y los costos ambientales, protege a dichas economías y evita los daños al ambiente.

El Tigre esta considerando este concepto de desarrollo sustentable, la Dirección de Desarrollo de la Secretaría de Turismo se ocupa de llevar a cabo las tareas de planificación, se propone -en última instancia- crear y desarrollar espacios de turismo sustentable que puedan incorporarse a la oferta. Esto se logra a través de un programa que incluye trabajo de campo (con técnicos especializados), relevamiento fotográfico, análisis de la cadena de valor turística, capacitación y el posterior monitoreo de la gestión.

Esto se ve reflejado en la ida del ex intendente de Tigre Sergio Massa: *"Es muy importante crear conciencia que donde hay turista hay trabajo y que el turista contento la pasa bien, habla bien del lugar y vuelve y, en este caso, pone en valor la oferta turística de Tigre y de toda la provincia de Buenos Aires que tiene una diversidad de destinos turísticos única, esta propuesta va a traer progreso, desarrollo y mejor calidad de vida".*

Hay que resaltar también la importancia de la participación de la comunidad local en el sector turístico, lo cual no sólo beneficia a éstas y al ambiente, sino que también mejora la calidad del servicio turístico. Además es indispensable para fomentar una revalorización de la cultura local, y para que la comunidad local perciba y reciba los beneficios de la actividad turística.

Uno de los errores relevantes en la mayoría de los emprendimientos turísticos, es que no se valorizan a las comunidades de los lugares donde se instalan y tanto los empresarios como el Gobierno, parecen olvidar que el motor que llama al turismo a un determinado sitio y origina el éxito de los proyectos es la esencia misma de estas comunidades. La idea fundamental al realizar un viaje es la de conocer el ambiente del lugar, así como las costumbres, la cultura y la religión de sus habitantes.

Para finalizar es importante destacar el trabajo del Tigre en cuanto a concientización turística en la población, ya que realizan talleres, dictado de cursos en los colegios, y fomentan el interés local hacia el turismo a través de pasantias por ejemplo en las oficinas de desarrollo turístico.

Anexo I: Desarrollo de las entrevistas

Entrevista documentada:

Noelia Castro
Empleada de la Agencia de Desarrollo Turístico de Tigre (estación Fluvial)

1. **¿Cómo cree que esta posicionado turísticamente el Tigre hoy en día?**

El Tigre en la actualidad es un destino turístico de gran importancia, se está constituyendo en una alternativa turística líder en la Argentina. El objetivo que nos trazó el Intendente es que esa industria sin chimeneas que es el turismo se constituya en uno los principales ejes de crecimiento de Tigre por eso desde el Municipio estamos promoviendo todas sus atracciones, trabajando junto a los prestadores para que el turista disfrute del mejor servicio. Tigre a su vez tiene la particularidad de ser es uno de los destinos turísticos más elegidos por el turismo internacional, más del 40% de las consultas que se realizan en la Oficina de Turismo de Tigre son de turistas extranjeros.

2. **¿Por qué cree que se sienten atraídos los turistas a visitar el Tigre? ¿Cree que el turismo cultural puede ser una de las motivaciones?**

Uno de los principales atractivos de Tigre es el Delta, su naturaleza y la forma de vida local son elementos que atraen sobre todo al turista internacional.
La oferta cultural de Tigre es variada. Se destaca el Museo de Arte Tigre que en el mes de agosto tuvo record de visitas en la muestra del artista Paez Vilaró. El MAT es un icono de Tigre, en la década del 40 funcionó allí el Tigre Club, primer casino de Buenos Aires.

3. **¿Cree que el Turismo es un factor importante para el desarrollo económico del Tigre?**

El turismo es actualmente la principal actividad económica en Delta de Tigre generando diversos puestos de trabajo directos e indirectos.

En el Partido de Tigre, en general, se destacan la actividad industrial y comercial.

4. **¿Cómo cree que afecta la actividad turística al Tigre? *(tales como principales impactos, como por ej. Sobrecarga turística).***

    a. *Alto nivel de tráfico los fines de semana y en temporada alta*
    b. *Se genera mayor cantidad de residuos en vía pública, por lo cual se refuerza el servicio de recolección*

5. **¿Piensa que el Turismo puede afectar a la cultura, y al patrimonio cultural de la zona? ¿Por qué?**

Los atractivos culturales acercan al turista a la historia local y lo hace valorar su importancia. A través del turismo se alienta la preservación de los mismos. Por eso es que se trata de mantener su cuidado y preservarlos lo mejor posible.

6. **¿Considera que esta bien conservado el patrimonio cultural de Tigre?**

Hay ejemplos que demuestran el interés del municipio sobre el cuidado del patrimonio:
- La antigua estación de ferrocarril fue remodelada y acondicionada como Estación Fluvial de pasajeros en 2000
- El edificio del Tigre Club fue recuperado y acondicionado como Museo de Arte.

7. **¿Cree que el turismo influye en el aumento de interés de los residentes por la cultura propia? ¿Por qué?**

Si, porque les interesa conocer lo propio, y sentirse orgulloso de aquello que logra atraer la visita de la demanda turística.

8. **¿Cómo puede definir a la cultura del Tigre? *(referencia a los aspectos típicos que hacen al lugar)***

Los aspectos principales de la cultura del Tigre es todo aquello referente a los productos artesanales, en cuanto a productos realizados en mimbre, madera, ya que son realizados con materia prima de la zona, así como también las frutas, el Puerto de Frutos por ejemplo comenzó a concentrar toda la producción de frutas del Delta, la cual abastecía gran parte del consumo de Buenos Aires. Se complementaba la producción con álamo, mimbre y junco. Lo referente al deporte náutico, en especial el remo puede ser considerado también característico de la zona.

9. **¿Considera que en el afán de explotar la gran cantidad de demanda turística que recibe el Tigre se pierde la cultura propia? *(como por ej. El crecimiento en los alrededores del Puerto de Frutos con negocios modernos y fuera de lo tradicional del Tigre)***

En el Puerto de Frutos convive lo tradicional y lo moderno. El puerto en sus inicios recibía la producción de frutas del Delta, cuando esta producción mermó comenzó a desarrollarse la actividad comercial incorporándose a otros rubros. Más allá del mercado, en el Puerto de Frutos, se descarga la producción de madera de 2 y 3º sección del Delta y arena.

10. **¿Nota una mejora en las condiciones de la infraestructura *(sanidad, transporte, educación, calles, seguridad, etc.)* como consecuencia del Turismo?**

Las mejoras en infraestructura se realizaron en función de las necesidades del vecino de Tigre. Obviamente, estas mejoras repercuten en la imagen que el turista se lleva de Tigre.

Mercedes García
Dueña y empleada de negocio de artesanías del Puerto de Frutos.

1. **¿Cree que el Turismo es un factor importante para el desarrollo económico del Tigre?**

Si, hoy el Tigre recibe una gran cantidad de turistas lo que favorece la economía de al zona por las ventajas económicas que esto representa, ya que el turista viene pasea, consume, tanto productos, artesanías, como servicios gastronómicos o paseos en lanchas, y de esta forma beneficia a todas las personas relacionadas con dichas actividades.

2. **¿Cuáles cree que son los impactos positivos (beneficios) generados por la actividad turística en la localidad?**

El turismo ayuda a los ingresos económicos, puede generar mayores oportunidades comerciales, lo que muchas veces genera nuevos puestos de trabajo, cada día esta creciendo mas la actividad en la zona, se construyeron nuevas galerías pegadas al puerto de fruto, ya que la oferta supero los limites físicos actuales. También aumentó el mantenimiento de la zona, ya que la gran cantidad de turistas que llegan provocan mayor cantidad de residuos, esta todo mejor conservado, al ver en el Turismo una gran oportunidad para la localidad se trata de conservar el lugar lo mejor posible.

3. **¿Cuáles cree que son los impactos negativos generados por la actividad turística en la localidad?**

Para e residente que no trabaja del turismo puede ser una molestia el gran flujo de turistas que recibe todos los fines de semana, porque esto afecta al transito se produce un gran congestionamiento, el bullicio que genera también e inevitablemente la contaminación ambiental que puede producir por mas precauciones que se tomen.

4. **¿Cuáles son las problemáticas sociales y culturales producidas por la actividad turística en la localidad?**

Creo que algunas veces los turistas no cuidan del entorno que visitan y pueden llegar a contaminar el lugar con sus residuos.

Anexo II:
Artículos periodísticos de interés

Conservación y difusión de los sitios de interés

Al resguardo del patrimonio

[27/03 | 16:51] En Tigre se concretó la creación de una comisión de defensa del patrimonio histórico, que tendrá a su cargo el relevamiento de edificios que forman parte del patrimonio histórico y artístico del distrito.

Es a través del Decreto 371 que firmó el intendente Sergio Massa creando la Comisión de Recuperación y Ampliación del patrimonio histórico y cultural de Tigre "que va a estar integrada tanto por los responsables de la municipalidad como por vecinos", según explicó a InfoBAN el Secretario de Gobierno de Tigre, Eduardo Cergnul. Ahora el citado Decreto será puesto a consideración del Concejo Deliberante.

El funcionario sostuvo que de esta forma se da el puntapié inicial "para detectar el valor testimonial y artístico de determinados sitios", mediante una iniciativa "totalmente abierta."

Cabe recordar que la legislación provincial -Ley 10.419- establece los requisitos y procedimientos para que un inmueble pueda ser declarado como integrante del patrimonio cultural. En ese marco la municipalidad "no debe condenar al propietario privado a la mera conservación del inmueble, sino tener un criterio moderno, que es darle un uso, en rubros que determine la comisión y pueda llevarse a la práctica, y que además puedan contar con un beneficio por parte de la municipalidad", analizó Cergnul.

El boom inmobiliario que se vive en el país, tuvo en Tigre su correlato con un desmedido crecimiento de las construcciones, ahora regulado a partir de nuevas normas. El funcionario abogó por no "retrotraernos a lo que pudo haber pasado años atrás, de hecho hay un sinnúmero de inmuebles que fueron demolidos, o que su uso no tiene nada que ver con la preservación y el respeto histórico", en referencia a la polémica instalada por la demolición de la Quinta Cobo, al tiempo que reiteró que "toda inquietud o propuesta de vecinos o personas idóneas son bienvenidos."

La Arq. Diana Saiegh, Directora del Museo de Arte de Tigre, que tendrá la responsabilidad de dirigir la comisión, refirió que "hay que cuidar la historia para ponerla al servicio de la gente, de Tigre y de quines nos visitan, que son cada vez más."

Saiegh subrayó que "los profesionales tenemos que trabajar con la gente del lugar, que es la que conserva la historia, de vida, familiar, y no solamente se tiene que conservar, se tiene que difundir, porque sino no sirve."

Asimismo marcó que el camino "es sentarse a conversar con aquel particular que quiera llevar adelante una inversión, que es capaz de comprender la parte

sensible que significa para un vecino, que le alteren la fisonomía de ese pedazo de barrio."

"No podemos detener el avance del mundo. Pero tampoco podemos permitir que en aras de la modernidad se destruya el pasado", agregó la profesional que tuvo amplia participación en la recuperación del porteño barrio de San Telmo "que es como si hubiese nacido de nuevo y sin embargo conserva nuestra historia."

Alejandra Nardi, presidenta del Bloque de Concejales del FpV, que además formará parte de la comisión, dijo a InfoBAN que "tenemos mucho trabajo por delante, para hacer un inventario y saber con que se va a contar."

En cuanto a la tarea legislativa que debe ir aparejada, Nardi adelantó que el paso del Decreto por el Deliberante será "para reglamentar y definir y encauzar las próximas acciones de la comisión."

Asimismo Nardi -presidenta de la Comisión de Urbanismo del HCD- recordó que "en el pasado no sé si había cosas que no se discutían, tal vez no se daba la discusión", en referencia a las facultades que estaban delegadas en torno a la planificación urbana en gestiones anteriores.

Estuvieron presentes en la oportunidad el Subsecretario de Cultura, Juan Vitali, y otros integrantes de la Comisión de Recuperación y Ampliación del Patrimonio Històrico y Cultural del partido de Tigre, el presidente del Concejo Deliberante, Daniel Gambino; el presidente de la Comisión de Hacienda del Concejo, Juan Urionagüena, como así también representantes de ONGs, especialistas en historia, arquitectura, arte, urbanismo y vecinos.

|| **Fuente:** (InfoBAN)
Actualidad | 27/03/2008 16:51
http://www.infoban.com.ar/despachos.asp?cod_des=13291&ID_Seccion=2

Mucha Bronca en Tigre

09 Ago 2008 | Por revistainfotigre | Claves pag12 | # Enlace permanente

Creemos que poco le importo al jefe de gabinete Sergio Massa y eso se traduce en bronca en Tigre;por que no se freno la demolicion de un patrimonio nacional "la Quinta Cobos". Para peor, quedó clarísimo que su iniciativa de crear una Comisión de Recuperación del Patrimonio era nomás un cortinado para no hacer nada. La Asamblea de Tigre por el Patrimonio Urbano y Ambiental acaba de renunciar por escrito a la Comisión y acaba de criticar duramente las políticas de Massa en la intendencia.

La Asamblea presentó su renuncia ante Eduardo Devrient, director coordinador de Patrimonio Cultural y Museos del municipio. La decisión “se funda en la inoperancia que ha demostrado dicha Comisión”, dice la carta, “ya que a seis meses de su creación, aún no ha logrado ningún hecho positivo, no habiéndose concretado ni dado curso a ninguna de las propuestas que A.T.P.U.A. (la Asamblea) presentó. La inminente demolición total de la Quinta Cobo sin que la Comisión haya sido siquiera informada y no habiendo tenido en cuenta los informes técnicos oportunamente presentados y la incertidumbre sobre el futuro uso del predio, nos compromete a tomar esta determinación”.

Efectivamente, otros miembros de la Comisión coinciden en que el resultado neto de este semestre es perfectamente nulo y vacío. Todo resultó como en los viejos chistes en que los políticos, enfrentados a un problema que no quieren resolver, forman una comisión para ganar tiempo.

La Asamblea emitió un comunicado explicando su angustia por la inminente demolición de la Quinta Cobo, vieja sede del Club Tigre, que ya fue medio demolida y le causó a Massa el principal papelón de su breve gestión. Tal vez porque un problema municipal ya le quedaba chico a sus aspiraciones nacionales, el intendente no percibió que su primera oposición nacía por un tema patrimonial. Reaccionó, pese a su juventud, como un político de poncho y sombrero, ninguneando el tema. La Asamblea cuenta que “durante más de seis meses hemos luchado, solicitado a las autoridades audiencias, hemos presentado proyectos, informes técnicos realizados por arquitectos, hemos participado en la Comisión de Recuperación Patrimonial, en busca de lograr que la administración municipal actual cumpliera sus promesas y protegiera nuestro patrimonio urbano, que se cuidase y preservase el estilo urbanístico tan característico de Tigre, y se evitara que se modificasen las alturas y los usos del suelo, vía ordenanzas de excepción. Presentamos el día 2 de junio un proyecto para la implementación de Audiencias Públicas en el HCD de carácter obligatorio, entre otros temas, para las excepciones al Código de Zonificación. Reiteradamente hemos solicitado audiencias con los bloques y las comisiones, no habiendo logrado ser recibidos por el bloque FPV, ni por las comisiones intervinientes. Se reiteró el pedido, acompañado por firmas de vecinos el 25/7/08”.

Los vecinos destacan que Devrient, que recibió la carta de renuncia, les dijo el 23 de mayo que se iba a firmar un decreto, protegiendo todas las casas anteriores a 1930 que existieran en Tigre. Todavía no ocurrió.

Como se ve, la resistencia a hablar del tema trasciende a Massa y abarca a todo el Concejo Deliberante local. Esto indica que el poncho lo llevan puesto los políticos de Tigre con rara unanimidad. En Buenos Aires era igual y hasta esos prohombres del progresismo municipal, Aníbal Ibarra y Jorge Telerman, resultaron una pared para la

agenda patrimonial, que avanzó sólo a fuerza de acciones legales y movilizaciones. Parece que la curva de aprendizaje en Tigre resultará igual de dura, por lo que los vecinos de la Asamblea lanzaron como consigna que la Quinta Cobo sea la última demolición en su ciudad. Amén

Noticias diarias

Tigre, 02 de mayo de 2007

Participación del ente municipal de turismo de tigre en ferias en el interior del país

El pasado mes de abril el Ente Municipal de Turismo de Tigre participó por cuarto año consecutivo, en encuentros turísticos en el interior del país, en las ciudades de Rosario y Santa Fe.

El objetivo de esta acción promocional es brindar asesoramiento a profesionales del área de turismo, sobre la diversidad de opciones turísticas que ofrecen Tigre y su Delta, haciendo especial énfasis en:

- las opciones de alojamiento en sus distintas modalidades y variedad de actividades para realizar dentro del destino y en la Región Metropolitana Norte a fin de extender la estadía promedio de nuestros visitantes y en consecuencia incrementar los beneficios económicos del turismo.
- Tigre como destino turístico durante todo el año, para disminuir la alta estacionalidad.
- la imagen renovada del destino producto de las obras públicas e inversiones privadas realizadas en los últimos 10 años, aspecto clave para la atracción de nuevas inversiones.

A lo largo de estas jornadas recibimos la visita de más de 100 agencias de viaje, a quienes entregamos material informativo y ofrecimos asistencia continua (vía correo electrónico y nuestra línea telefónica gratuita) para generar nuevas propuestas turísticas sobre el destino.

Asimismo, durante nuestra estadía en el interior hemos tomado contacto con medios de prensa, realizando distintas notas en emisoras de radiales e invitando a la prensa escrita a participar en nuestro Programa de Viajes de Prensa. Por medio de este programa diseñamos y coordinamos con los prestadores turísticos locales un itinerario de 1 o más días donde el periodista puede conocer los atractivos y servicios turísticos de nuestro destino.

Primeros avances: Las mediciones estadísticas realizadas en el año 2006 en cuanto al porcentaje de ocupación mensual en alojamiento, muestran un leve incremento de un 10% en la temporada baja (abril-junio) con respecto a 2005, que se corresponde con un alza en la cantidad de turistas provenientes del interior del país en dicho período.

PARTICIPACIÓN EN EL 1º SIMPOSIO DE INTERNACIONAL DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

La Secretaria de Deporte y Turismo de la Provincia de Buenos Aires organizó el pasado 26 y 27 de abril el 1º Simposio Internacional de Turismo: Buenos Aires 2010, una provincia turística, en la Ciudad de Mar del Plata. Este encuentro contó con la participación de más de 50 municipios, entre ellos Tigre.

Expertos en materia turística de varios países de América Latina fueron invitados a disertar sobre distintas temáticas: desarrollo regional, turismo accesible, marcas turísticas, entre otras de interés.

Este simposio tuvo como objetivo la reflexión sobre conceptos centrales para el desarrollo del turismo en el ámbito municipal y regional, identificando aquellos puntos clave a abordar para potenciar los destinos turísticos de la provincia.

Esta acción acompaña el Plan de Marketing Internacional lanzado por la Provincia de Buenos Aires hace dos años, donde el Delta del Paraná ha sido reconocido como un producto de alto valor dentro de la Provincia de Buenos Aires y con un destacado reconocimiento internacional. Los mercados seleccionados para desarrollar el Plan de Marketing provincial han sido Chile, España y la costa oeste de los Estados Unidos. Los productos turísticos a posicionar son: campo, ciudades, playas, sierras y delta. Las acciones comprenden la difusión de estos

productos y destinos en medios de prensa (especialmente seleccionados) y el contacto con operadores y agentes de viaje para la diagramación de paquetes turísticos.

BALANCE ESTADÍSTICO 2006

Durante el año 2006 recibimos en las oficinas de informes del Ente Municipal de Turismo de Tigre 62.951 visitantes. Con respecto a la procedencia de los mismos, los datos revelan que el ingreso de visitantes del exterior sigue en alza, correspondiendo el 48% del total de la demanda. Los principales centros emisores son España, Francia, Estados Unidos y Brasil. A nivel local cerca del 35% de nuestros visitantes procede de Capital Federal y Gran Buenos Aires. El resto de la demanda procede del interior del país, especialmente de la Región Central y Litoral.

Con respecto al año 2002 se percibe un continuo incremento de los visitantes a lo largo del tiempo, alcanzando en el 2006 una variación en la demanda del 210%

En cuanto al porcentaje de ocupación mensual, se percibe un leve incremento de un 10% en la temporada baja (abril-junio) con respecto a 2005, que se corresponde con un alza en la cantidad de turistas provenientes del interior del país en dicho período. Los meses con mayor porcentaje de ocupación hotelera y extra-hotelera son enero (87%), febrero (82%) y marzo y septiembre (70%).

PASANTIAS PARA ESTUDIANTES DE NIVEL POLIMODAL

La Municipalidad de Tigre lleva a cabo el programa de pasantías en el Ente Municipal de Turismo, para estudiantes de nivel Polimodal de las escuelas del Partido desde 1997.

Este programa tiene como objetivo el reconocimiento de la importancia de la actividad turística como recurso para el desarrollo de Tigre y su Delta, además de brindar a los alumnos la oportunidad de adquirir experiencia laboral en nuestras oficinas de atención al público.

A mediados de abril comenzó la capacitación de los alumnos seleccionados para realizar su pasantía por un período de tres meses. Estos alumnos pertenecen al Instituto Torcuato de Alvear (Don Torcuato) y a la E.E.M.Nº 4 (Benavidez). Aquellos establecimientos educativos de Tigre interesados en formar parte de esta experiencia pueden contactarnos al 4512-4497/8.

ENTE MUNICIPAL DE TURISMO DE TIGRE

- Estación Fluvial de Tigre, Mitre 355
- Horario: lunes a domingo de 9 a 17hs
- (feriados abierto -excepto 25/12 y 01/01-)
- Tel: 4512-4497/8 0800-888-TIGRE
- E-mail: turismo@tigre.gov.ar
- www.tigre.gov.ar

http://www.tigre.gov.ar/2007-prensa/070502-01.html

Scioli participó del lanzamiento de la temporada turística de Tigre

La Plata- El gobernador de la provincia de Buenos Aires, Daniel Scioli, participó esta noche del acto de apertura de la temporada de turismo "Verano Tigre 2008" y dijo que el turismo "es una industria única que moviliza a todos los rubros de la economía".

En ese sentido, Scioli manifestó creer "profundamente en los resultados que va a traer el desarrollo del turismo en Tigre" y que "lo que es bueno para el turista es bueno para el vecino, porque con el turista llega el trabajo, llegan las inversiones y llega el progreso".
"Es muy importante crear conciencia que donde hay turista hay trabajo y que el turista contento la pasa bien, habla bien del lugar y vuelve y, en este caso, pone en valor la oferta turística de Tigre y de toda la provincia de Buenos Aires que tiene una diversidad de destinos turísticos única", expresó el mandatario provincial al tiempo que agregó que "esta propuesta del intendente Massa va a traer progreso, desarrollo y mejor calidad de vida".
Asimismo, el gobernador Scioli destacó que "es muy importante convocar no sólo a los turistas extranjeros sino también a los propios compatriotas, para que vengan a Tigre y lo redescubran".
Scioli realizó estas declaraciones esta noche, en la zona del Puerto de Frutos, al participar junto al intendente local Sergio Massa, del lanzamiento de la campaña de promoción turística "Verano Tigre 2008".

http://www.impulsobaires.com.ar/nota.php?id=38663

Ente de turismo

1º Foro de Turismo Delta Bonaerense

El pasado 3 y 4 de Octubre en el antiguo Club de Regatas La Marina de Tigre sobre el Río Luján, se realizó con gran éxito el Primer Foro de Turismo Delta Bonaerense, bajo el lema "la construcción de un destino turístico de calidad y sus efectos en la economía local". Sus organizadores, Tododelta A.C.E (un grupo cada vez más numeroso de prestadores turísticos), convocaron a los principales referentes tanto del sector público como privado. Funcionarios y empresarios expusieron sus conocimientos y opiniones sobre diversos aspectos de la problemática del turismo en la zona.

La cantidad y variedad de público demostró el acierto de la convocatoria. Prestadores medianos y pequeños, licenciados en turismo, estudiantes, guías nacionales y locales, futuros inversores y algunos vecinos, se dieron cita para conocer más sobre el vertiginoso desarrollo del Delta.

Al cabo de dos intensas jornadas, quedó claro que, por un lado, El Delta Bonaerense es una zona más que tentadora para muchos emprendedores. Por otro lado, la "asociatividad" es un atajo en el camino hacia la consecusión de los objetivos.

La primera jornada

Después de una breve navegación que trasladó a los asistentes hasta el señorial edificio del Club de Regatas La Marina, clásica postal del Delta, tuvo lugar la apertura del evento.

El Subsecretario de Desarrollo Comunitario e Islas, Lic.Ricardo Romero y el Secretario de Producción, Sr.Roberto Pereyra, de la Municipalidad de Tigre y San Fernando dieron la bienvenida a los participantes. Luego, participaron como disertantes en la primera mesa cuyo tema fue "Planificación turística nacional y regional".Completaron el panel representantes de las autoridades de la Secretaría de Turismo de la Nación y de la Provincia de Bs.As.

Al mediodía, llegó un sabroso almuerzo informal que le permitió a los asistentes intertuar, comenzar a conocerse y compartir inquietudes.

Por la tarde, una mesa sobre"turismo en áreas naturales" trató temas tales como: turismo alternativo, impacto ambiental, seguros para la actividad y calidad de los servicios.

La planificación como clave del crecimiento

"La planificación turística debe adecuarse a los cambios. Hay que planificar a largo plazo, y debería trascender a las distintas gestiones". Con estos conceptos, el Prof. Santiago Cano (gerente de Tododelta) presentó a las representantes de las Secretarías de Turismo de la Nación, Lic.Valeria Gullart y de la Provincia, la Srta.Ana López Delaygue.

La Lic.Gullart habló sobre la ley 25.997/2005 que declara al turismo de interés nacional, ya que lo define como una "actividad exportable no tradicional que genera divisas" y ,por eso, una "actividad socioeconómica estratégica y esencial para el desarrollo del país".

La ley contempla la creación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, con una visión temporal hasta el 2016, que se actualiza cada tres años. Este plan busca ordenar la oferta turística con el objetivo de "convertir a la Argentina en el país turísticamente mejor posicionado de Sudamérica por la calidad y diversidad de su oferta" El presupuesto previs-to es de 553 millones de pesos.

La Dirección de Desarrollo de la Secretaría de Turismo se ocupa de llevar a cabo las tareas de planificación. Se propone -en última instancia- crear y desarrollar espacios de turismo sustenble que puedan incorporarse a la oferta. Esto se logra a través de un programa que incluye trabajo de campo (con técnicos especializados), relevamiento fotográfico, análisis de la cadena de valor turística, capacitación y el posterior monitoreo de la gestión. La Lic. Gullart citó como ejemplos algunos destinos promovidos por el programa: el Parque Nacional de Talampaya, la Isla Cerrito en Chaco y la Laguna de Mar Chiquita en Córdoba.

La Srta.Ana López, en representación del Secretario de Turismo de la Provincia, Lic. Miguel Cuberos, comenzó expresando su satisfacción por participar del Foro, ya que sabe de la "evolución constante y ritmo vertiginoso de una región altamente competitiva" que, según dijo, "nos ha enseñado mucho". Agregó que el Delta "es una región 'estrella' por su cercanía con Buenos Aires.", algo que "debería considerarse al planificar".

Luego se refirió a la experiencia de regionalización de la Provincia de Buenos Aires y a las acciones resultantes de la planificación realizada por la Secretaría.

Los objetivos de la gestión son, según López, posicionar a la Provincia de Bs.As. como destino de todo el año y dotar a la oferta turística de condiciones de competitividad.

Para lograr estos objetivos se creó un Plan de Marketing con visión hasta el 2010, que im-plicó "recorrer íntegramente la provincia, detectar cuáles eran los destinos maduros, cuáles eran los tradicionales, cuáles los emergentes, (y determinar) qué oferta tenían".

Por un lado, el plan indica que la Provincia.de Bs.As.es un destino turístico que se comple-menta -por su identidad y proximidad- con la Ciudad de Bs.As. Por otro lado, el plan marca una línea de trabajo: "la naturaleza combinada con la cultura se transforma en experiencias únicas, experiencias que se viven todo el año".(slogan de la campaña publicitaria). Del plan de marketing surge la idea de asociar los distintos destinos turísticos con la noción de "pro-ducto", por ej.: "producto Pampas", "producto Las ciudades", "producto Delta". Este último es, según López, lo que le permitió a la provincia entrar al mercado internacional.

Para finalizar, Ana López se refirió a la Región Metropolitana Norte (que integran -entre otros municipios- Tigre y San Fernando) como una región con fuerte compromiso de los gobiernos municipales, con alta participación del sector privado y servicios de calidad, lo que la convierte en un destino "competitvo y en crecimiento".

El Lic. Romero se refirió a algunas de las acciones que ha desarrollado el municipio desde la creación del Ente de turismo en l996. Destacó el crecimiento de la zona que se traduce, por ej., en un incremento del 60% en las plazas (hoteleras) entre 2003/07, esto suma 800 plazas. Según Romero, en el 2006 hubo 63.000 consultas, de las cuales el 50% correspon-den a turistas extranjeros que vienen por su cuenta.

Por último, enumeró algunos de los problemas con los que se encuentra el municipio, y sólo pueden ser resueltos con la intervención de la Nación o de la Provincia. Por ejemplo,

el dragado de los ríos, el transporte fluvial, la falta de acceso al crédito, dado que "el pequeño emprendedor no está promocionado", y los obstáculos que impone la normativa vigente para una zona particular como el delta, tales como: la exigencia de construir en hormigón (y no en madera), o la inviabilidad de instalar un camping en "zona inundable"; esto dificulta las habilitaciones, señaló Romero.

El Sr. Pereyra cerró la mesa con una exposición sin solemnidades ni datos estadísticos pero, a juzgar por el cerrado aplauso final, sus palabras produjeron un efecto positivo.

Comenzó con el relato acerca de cómo encontrar el camino para posicionar a San Fernando como una zona turística. Señaló que San Fernando tuvo que "redescubrir sus raíces", recorrer su historia, para reconocerse como "ciudad Bicentenaria".

En la actualidad, además, encuentra su identidad como "Ciudad Nacional de la Naútica". En ese sentido, Pereyra considera un desafío lograr la convivencia social (entre el conti-nente y el río) para lo cual, habría que implementar controles en el río, que regulen la velocidad de algunas embarcaciones que dificultan -entre otras-la práctica del remo.

Para terminar, Pereyra abogó por el diálogo entre el sector público y el privado porque es importante que "el funcionario no se obnubile con las estrategias que se diseñan en un escritorio sino que hay que escuchar a la gente", porque "San Fernando recibe turistas y si el turismo no está hecho para la gente , no es turismo" concluyó.

Después se abrió un espacio para el auditorio. Comenzaron entonces preguntas y comen-tarios. Surgieron temas como: la falta de promoción de la zona Delta y su oferta turística por parte de la institución municipal; la necesidad de promover acciones que tiendan a romper la estacionalidad (es decir, que el flujo turístico no se concentre sólo en los meses de primavera y verano) para convertir la actividad turística de la zona en "sustentable".

Turismo en áreas naturales

Por la tarde, un panel trató cuestiones sobre calidad de servicios y otro, abordó temas ligados al turismo activo en áreas naturales y los seguros que requiere la actividad turística.

La "Normalización" en turismo

Los disertantantes, la Lic.Soledad Pereira y el Arq.Marcelo Videla -ambos pertenecientes al IRAM- explicaron la conveniencia de la normalización en turismo, "un sector que no tiene tradición normalizadora", porque observar normas de calidad "es una invitación a mejorar".

Para elaborar y certificar dichas normas existe desde 1935 el Instituto de Racionalización Argentino de Materiales (IRAM). El organismo se encarga de establecer "criterios, reglas y características" para que un producto sea considerado de calidad. Una norma se desarrolla a partir de una necesidad concreta y se fija por consenso. Las normas son voluntarias, aunque a veces las autoridades pueden exigir su cumplimiento. Si un producto o servicio posee el certificado IRAM se asegura "calidad y prestigio" tanto en plano nacional como internacio-nal, aseguraron los profesionales.

"El 70% de los visitantes extranjeros visitan áreas naturales"

Para dar cuenta de la importancia del tema, Jorge Lucero-coordinardor de actividades en el Parque Hudson- inició con estas palabras el panel integrado por el Arq.Miguel Otero, de la Municipalidad de San Fernando, quien se explayó sobre Reserva de Biosfera de Delta del Paraná, Rosana Di Mecola, titular de Bonanza Deltaventura y Liliana Faroux, especialista en seguros para el sector turístico.

El Arq. Otero se refirió a la reserva como una zona muy extensa, que "representa 4,5 veces la ciudad de Bs.As." caracterizada por "una prioritaria presencia de la naturaleza", sin que esto implique no considerar la (escasa) población que la habita.

Por eso, -sostiene Otero- el municipio intenta "fomentar y mantener sus tradiciones y mejo-rar su bienestar económico mediante la aplicación de tecnologías cultural y ambientalmente adecuadas". Entre las acciones que hasta el momento se desarrollaron, Otero destaca la formación de "Baqueanos de la Reserva", pobladores capacitados en ecología para asistir al turista, actuar como guías de pesca, o prestar apoyo logístico a expediciones científicas.

Rosana Di Mecola contó su experiencia en el desarrollo de Bonanza Deltaventura un emprendimiento "sin competencia directa" especializado en turismo activo. Sobre un predio de 60has. en el río Carapachay, el lugar ofrece cabalgatas, circuitos en bicicleta, trekking. Di Mecola resalta la conveniencia de formar parte de Tododelta y también de Deltanatural, dado que "asociarse es de gran valor para los emprendedores" porque contribuye al crecimiento de la empresa.

El tema de los seguros para la actividad turística resulta de gran preocupación para los pres-tadores del Delta. Liliana Faroux asegura que el tema necesita especialización e investiga-ción. Las compañías aseguradoras son reticentes y no hay pólizas específicas, por ej.para el transporte de pasajeros. Sin embargo, existen formas de estar cubierto frente eventualidades -señaló Faroux-, y ya hay dos compañías dispuestas a incursionar en el mercado.

Talleres

La jornada se cerró con la participación de los asistentes en talleres de entre diez o quince personas para facilitar el intercambio de opiniones y miradas acerca de los temas tratados durante el día.

Segunda jornada

Desde las nueve de la mañana del día siguiente, con renovado entusiamo la concurrencia se dispuso a escuchar las mesas previstas: por la mañana, el panel sobre turismo en vías nave-gables despertó interés y polémicas; luego, emprendedores analizaron el panorama turístico del Delta desde la perspectiva de sus experiencias.

Por la tarde, un tema privilegiado en el Foro tuvo su espacio propio: el turismo asociativo.

El agua como espacio para el turismo

Las condiciones y los obstáculos para la habilitación de embarcaciones para actividades turísticas o deportivas fue el tema casi excluyente de esta mesa.

En primer término, tomaron la palabra representantes de la Prefectura Naval Argentina El Subprefecto Eduardo Ocampo, se refirió al inconveniente que supone "realizar tareas redituables contando con una matrícula deportiva". La posición de la Prefectura con respec-to a este tema se basa en una reglamentación que regula las condiciones de seguridad que deberán cumplir las embacaciones. Ocampo explicó además, que las embarcaciones que realizan actividades turísticas o deportivas redituables se consideran "servicios especiales" y tienen "zonas específicas determinadas".

El Subprefecto Alejandro Prigione detalló los requisitos técnicos para la aprobación de las embarcaciones. Al finalizar, una pregunta abrió el debate: ¿Estos requisitos no son casi los mismos que se exigen para un barco de la Marina Mercante? Si bien ambos subprefectos justificaron el nivel de exigencia en cuestiones de seguridad, también admitieron que en la práctica son más condescendientes en los plazos para cumplir con la reglamentación.

Gabriel Beneitez, representante de ACIGNA (Asociación Charteadores Instuctores Guías Naúticos) retomó el tema después de contar brevemente que su asociación surge "con el objetivo de reunir a todos los que tengan embarcaciones deportivas y quieran convertirlas en comerciales".

"La temática de las habilitaciones es compleja" afirmó Beneitez. La aprobación de Prefectura es de carácter técnico, no es una habilitación comercial. En este punto comienza un terreno de dudas ¿es el municipio o la Secretaría de Transporte de la Nación el organismo que debería habilitar comercialmente las embarcaciones?, ¿ no debería ser suficiente con la aprobación de la Prefectura? Según Beneitez debería serlo. El debate sigue abierto.

Turismo en el Delta: actualidad y proyecciones de una actividad floreciente

Marta Burgeois, de Un lugar en el Arroyo, integrante de Tododelta, comenzó expresando la necesidad de darle un marco al tema de la mesa: "Para emprender hay que tener presente la historia. Para no equivocarnos. En el pasado, el Delta fue obra de 'visionarios'que tenían amor por el Delta. Fue un proceso en el que aportaron sus conocimientos y experiencias de otros países.(...) Hay que considerar el esplendor al que llegó la zona (...)¿cómo no vamos a poder volver a desarrollarla con la tecnología de hoy? (...).Hay que volver a planificar".

Para concluir, Burgeois aseguró que "nuestro desafío es pensar qué Delta queremos, qué desarrollo se quiere para la zona y cómo acompañamos a los funcionarios".

Horacio Haran habló -como parte de una sociedad con experiencia en Las Leñas y Cariló- del emprendimiento de cabañas y gastronomía que prevé construir dentro de la Reserva de Biósfera de San Fernando en la 2ª Sección de Islas. Según dijo, los problemas de sustenta-bilidad y estacionalidad que presenta el río, pueden considerarse"una ventaja y un desafío".Del mismo modo que "a las heladerías se les ocurrió vender café para romper la estacionalidad", hay que ser creativos para pensar alternativas.

Marcelo Israel sorprendió al auditorio al describir la magnitud del primer hotel de tipo eco-lógico que se inaugurará próximamente. DeltaEcoSpa tendrá cuarenta y tres habitaciones, veintitrés cabañas y piscina cubierta, sobre una superficie de 10 has. en el Río Carapachay.

Israel se detuvo en los problemas que tuvieron que afrontar: la falta de crédito, las dificul-tades para conseguir la habilitaciones (pueden demorar hasta cuatro años, según dijo) la obligación de constuir en hormigón. Por eso, asegura Israel, "esto no se hace sin una cuota de fantasía y amor por la isla".

A continuación, la Lic.Laura Gall de Lihué Expediciones, una agencia de turismo receptivo, hizo consideraciones interesantes sobre algunos aspectos de marketing turístico: definir y analizar el producto turístico; pensar en quién es el cliente, trabajar con él y darle soluciones; cómo

ampliar el mercado y establecer correctamente el precio; cómo comunicar y difundir el trabajo, fueron algunos de los puntos sobresalientes de la exposición de la Lic.Gall.

Por último, Jorge Sturla -de Sturla Viajes- describió la experiencia de crecimiento de la empresa. Sturla concentra su actividad en el transporte masivo de turistas que realizan una excursión de pocas horas por circuitos de la primera sección de islas. Aseguró que tiene capacidad para transportar -con seguridad y eficiencia- seiscientas personas en un día.

La unión hace la fuerza: los beneficios del turismo asociativo

Todos los panelistas de esta mesa subrayaron las ventajas de asociarse. Coincidieron en asegurar que sus experiencias muestran cómo estar en grupo facilita el acceso a canales más efectivos de difusión de sus actividades, y les permite ahorrar tiempo y dinero.

En representación de CAME (Confederación Argentina de la Mediana Empresa), Oscar Antonione relató que frente a las dificultades económicas de finales de los noventa, se preguntaron cómo podían ayudar a las más de novecientas Pymes que reunían. De este modo en el año 2000 nace Procom, (Programa de Desarrollo Comercial), cuya estrategia para el desarrollo es asociarse, trabajar por grupos asociados por sector o por zona. Aseguró que la experiencia indica que "todos los que se asociaron les ha ido bien" porque les ha permitido "complementarse" y "sacar ventajas entre todos".

Santiago Cano fue una las voces de Tododelta ACE, la Asociación de Colaboración Empresaria organizadora del Foro. Con apoyo de CAME, la asociación nació hace cinco años y desde entonces no para de crecer. Surge, según Cano, por necesidades e intereses comunes para brindarse ayuda mutua y desarrollar y promover la actividad comercial y turística. Entre los objetivos, la asociación también incluye la preservación del medio ambiente y la capacitación. Y un objetivo de máxima:romper la estacionalidad y trabajar todo el año.Por último, señaló que "estar asociado posibilita la participación en ferias y eventos, por ej.la FIT y Febat"

Siguió luego el presidente de Tododelta, Norberto Giovini -titular del emprendimiento gastronómico Akú-Akú- quien enfatizó la importancia del trabajo grupal porque "agru-parse no sólo sirve comercialmente sino que los hace mejores personas" y "en un grupo el que más da es el que más gana", agregó.

María Teresa Brindza, integrante de Escobar Recrea y Deltanatural confirma con su experiencia los beneficios de asociarse:"Asociarme me ha permitido encontrar mi propio nicho, diferenciarme de los demás, y tomar algo de otro para aprender.(...) También, complementarme, potenciarme y evaluar con mayor objetividad mi situación financiera". Brindza creó "Isla Margarita", un restaurante para no mas de cuarenta personas con hospedaje sobre el río Carabelas en Escobar. El desafío es "amar el negocio del otro como el propio", sostuvo.

El Lic.Andrés Ziperovich representó a Deltanatural, una agrupación que trabaja desde hace dos años con apoyo del INTA, en la que conviven prestadores dedicados a distintas activi-dades: agroturismo, apicultura, artesanía, viveros. "Un emprendedor tiene períodos de angustia" afirmó, el grupo sirve como contención y para compartir dificultades.

Los Asistentes

Entre la concurrencia se encontraba un espectro amplio e interesante. Además de funciona-rios y colaboradores de las Secretarías de Turismo de la Nación y de la Provincia, los Municipios de Tigre, San Fernando y San Isidro, asistieron al encuentro representantes de los Municipios de San Pedro, Baradero y Campana, quienes aprovecharon la oportunidad para ponderar sus lugares y difundir sus actividades.

Estaban presentes estudiantes de la carrera de turismo, entre ellos un brasileño que se declaró entusiasmado con las posibilidades de intercambio que existen entre Argentina y Brasil. Además, pequeños prestadores, como Carmen Gimenez del Recreo Los Pinos, o Rodolfo Griffis, a punto de lanzar la primera flota de remises naúticos..

Un microemprendedor como Kike que, con la lancha que lleva su nombre, pretende pasar de pescador a remisero para aprovechar el flujo turístico que ve crecer desde su parada en el puerto de frutos. Asegura que este tipo de encuentro le resulta "muy útil".

Guías de turismo como Graciela Maggio de Argentina Curiosa, una microempresa que organiza eventos y salidas, quien dijo que el Foro "le sirvió muchísimo" y le resultó "muy ilustrativo, muy educativo" porque le permitió conocer a la gente responsable de lugares que conocía por referencias, compartir experiencias e informarse sobre la problemática del lugar. "A pesar de que yo ya lo conocía, siento que por primera vez estuve en Tigre con todas las letras", trató de sintezar Maggio.

Patricia Lombardi, encargada de ventas de Parque Lyfe, afirmó que el foro le pareció "excelente, muy instructivo," y la motivó "a participar en todos los encuentros posibles".

También estaban presentes periodistas y responsables de medios especializados como Bienvenido a Bordo, Turismo y Ocio -entre otros.

Entre los asistentes se percibía un clima de entusiasmo y de sostenido interés por los temas tratados por los distintos paneles. Tal vez sea significativo el comentario de Marisa Vidal, quien dijo estar presente para conocer en la práctica lo que ocurre en el mercado turístico de la zona porque analiza realizar una inversión. La mujer comparaba lo que veía con su expe-riencia en la provincia de Córdoba: "este Foro es música para mis oídos (...). Aquí hay diálogo. Se juntan para hacer cosas".

A juzgar por los comentarios, misión cumplida.

Lic. Susana Flores

Bibliografía:

- Fabio Cardenas Tabares, “Produto Turístico, aplicación d la estadística y del muestreo para su diseño”, segunda edición, México, 1995, capítulos 2 y 3.

- Fabio Cardenas Tabares, “Comercialización del turismo, determinación y análisis del mercado”, tercera edición, México, editoral Trillas 1990.

- Luis M. Jiménez Herrero, “Desarrollo sostenible, transición hacia la evolución global”,Madrid, Editorial Pirámide, 2000, capitulo 3.

- Enrique ortega, “Investigación y sus estrategias turísticas”, editorial Thomson, Madrid, 2003, capitulo 4.

- Acerenza, Miguel Angel; “Administración del turismo”; volumen 1; cuarta edición , México 1991; Editorial trillas; capitulo 3: El turismo y sus efectos en el medio ambiente”.

- Roberto C. Boullón,.”las Actividades turísticas y recreacionales, el hombre como protagonista”, tercera edición, México, editorial Trillas, 1990, capítulos 2, 3 ,4.

- Roberto C. Boullón, “Ecoturismo y sus temas naturales y urbanos”, segunda edición, editorial Librerías y distribuidoras turísticas, 2000, capítulos 3, 5.

- Roberto Boullón; “Los Municipios Turísticos”, editorial Trillas, Mexico 1990.

- Venancio Bote Gómez: “Planificación económica del Turismo”, editorial Trillas.

- Sabino A. Carlos: “El proceso de investigación”, 3º edición Argentina. Editorial Lumen_Hvmanitas. 1996, capitulo 4, planteamiento de la investigación. Pag 55-57.

- Rut Vieytes, “Metodología de la investigación en organización, mercado y sociedad”, primera edición, Argentina, 2004, capítulos 2,3,4,5.

- M. Jose Rubio, Jesús Varas: “El análisis de la realidad en la Intervención Social: Métodos y técnicas de Investigación”;Editorial CCS, Madrid; Calitulo 16, 17; La entrevista, La ecuesta.

- Leonard J. Lickorisk, Carson L. Jskins, “Una introducción al Turismo”, Madrid, editorial Sintesis, 1997, capitulos 5, 6, 7, Los Impactos economicos del Turismo, Aspectos Sociales y Culturales del Turismo, El turismo y el medioambiente.

- OMT Organización Mundial Del Turismo, “Introducción al Turismo”, Madrid 1998.

- Página Web: www.tigre.gov.ar (información a cerca de la historia de Tigre, y sobre la variación de la demanda)

- Página Web: www.enargentinaturismo.com.ar (información sobre programas y proyectos para el fortalecimiento del comercio para el desarrollo turístico).

- Página Web: www.Tigretienetodo.com.ar (información sobre las características del Tigre)

- Página Web: www.puertotigre.com.ar (información sobre las características del puerto del Tigre).

- Pagina Web: http://www.naya.org.ar (Ponencias y Congresos sobre Turismo)

- Pagina Web: http://www.antropologia.com.ar/ (Ponencias y Congresos sobre Turismo Cultural)

- www.ig.ufu.br: Turismo, Patrimonio Cultural y Desarrollo Sustentable.

- www.naya.org.ar/turismo_cultural

- www.UNESCO.org