

Mesa de Trabajo N°14: Turismo y Patrimonio Cultural, alianzas y tensiones

## USHUAIA COMO PUERTA DE ENTRADA A LA ANTÁRTIDA A TRAVÉS DE LA MIRADA DE LOS ACTORES LOCALES

Medina Giselle, Vereda Marisol, Salemme Mónica.

*Universidad Nacional de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur*

**Palabras clave:** turismo antártico, relaciones patrimoniales, actores, desarrollo territorial.

### INTRODUCCIÓN

Ushuaia, la capital de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, es reconocida internacionalmente como puerta de entrada a la Antártida. Dicho continente es un espacio geográfico aislado y sin poblaciones permanentes (excepto las bases científicas); así, las ciudades portuarias más cercanas resultan imprescindibles como punto de conexión intercontinental para llevar a cabo las actividades que allí se realizan. Por ello, el turismo antártico requiere de estos puertos para realizar distintas operaciones como recambio de pasajeros, abastecimiento, operaciones logísticas, entre otras.

Si bien el puerto es el lugar donde se nuclea la actividad de cruceros y, en este caso en particular, el de los antárticos, se observa que tanto la población local como algunos actores relacionados con la actividad turística, conciben a Ushuaia como puerta de entrada únicamente desde una perspectiva económica; sin embargo, la misma también se vincula con otras dimensiones como la natural, histórica, política, climática, entre otras. Estos aspectos involucran relaciones entre la Antártida y Ushuaia que no logran visualizarse en el destino, pero que forman parte del patrimonio de Ushuaia, contribuyendo con su identificación como puerta de entrada a la Antártida.

Las diversas conexiones patrimoniales existentes entre ambos espacios constituyen una fortaleza para fomentar el conocimiento sobre la Antártida, no sólo para el crucerista antártico y el turista no antártico, sino también para la población residente. Sobre esta base, resulta de interés indagar en los actores implicados en la actividad turística y/o antártica del territorio su mirada sobre la relación entre Ushuaia y la Antártida. Asimismo, desde el punto de vista del desarrollo territorial, se observa que este conocimiento es un instrumento transformador para la diversificación de la oferta turística y la especialización del destino.

Esta investigación parte de los siguientes interrogantes: ¿Cuál es el alcance del conocimiento sobre las relaciones patrimoniales entre Ushuaia y la Antártida por parte de actores públicos y privados de la actividad turística y/o antártica en Ushuaia? ¿Qué factores inciden en la posibilidad de identificar a Ushuaia como destino complementario de la Antártida? Estas relaciones patrimoniales, ¿son suficientemente atractivas para implementarlas en circuitos turísticos o alguna otra forma de oferta turística? A partir de estos interrogantes, se estableció como objetivo conocer las posiciones de los actores de organismos públicos del ámbito provincial y municipal, de organizaciones intermedias y

de agentes privados respecto de las conexiones patrimoniales existentes entre Ushuaia y la Antártida y de su potencial interés en el desarrollo de una oferta especializada.

## MARCO TEÓRICO

El turismo es una práctica social que involucra la conformación de una red relacional de actores y que genera transformaciones territoriales de distinto tipo, al tiempo que el territorio transforma la práctica turística. Ésta, es una práctica postmoderna (Cohen, 2005) que va modificando aspectos sociales, propicia la patrimonialización de bienes naturales y culturales, y genera en el territorio cambios en la infraestructura urbana, origina nuevas actividades socioeconómicas, entre otros.

En este contexto, esta práctica, al igual que otras, se encuentra “dirigida por las fuerzas de la globalización que han alumbrado una movilidad sin precedentes de personas, capitales, bienes, información y culturas” (Cohen, 2005, p. 15), involucrando una *disolución de fronteras* -entre clases sociales y también entre diversas prácticas culturales, como, por ejemplo, el turismo. Es así como se dan profundas transformaciones; un proceso de globalización económica, avances tecnológicos y la redistribución de poder entre diferentes países. Ello implica una reorganización de las actividades económicas y, en consecuencia, un cambio en la cosmovisión de la sociedad y la lógica de trabajo y ocio (Bertoncello, 2002).

Como las transformaciones anteriormente mencionadas se dan en diversos territorios, existe una relación entre el mismo y los agentes económicos, quienes actúan de acuerdo con sus propios intereses, y por ello es necesario pensar la naturaleza de esa relación: si es un territorio subordinado o si tiene un papel activo dentro de la actividad económica que se desempeña dentro de sus dominios (Boisier, 1997). Se propone el concepto de desarrollo territorial, entendido como un proceso de dimensión cualitativa basado en un proceso cuantitativo: el crecimiento económico. Estos procesos suelen ser desigualmente enraizados, ya que no siempre el crecimiento económico necesariamente garantiza el desarrollo, pues en un contexto globalizado este crecimiento económico está frecuentemente determinado por agentes exógenos al mismo, teniendo un papel clave la endogeneidad. Entonces, el desarrollo es un proceso social que se lleva a cabo por los actores locales, quienes se relacionarán de forma cooperativa o conflictiva (Salemme y Horlent, 2018) con los agentes exógenos al territorio (Boisier, 1997). Por otro lado, Cammarata (2006) sostiene que el factor cultural integrado a la actividad turística contribuye al desarrollo local a través del fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo por medio de la educación.

El autor anteriormente mencionado, también sostiene que es necesario colocar al territorio en una “posición ganadora”, en este sentido, Anholt (2007) desde la perspectiva del marketing, sostiene que el mundo actual es un mercado y, por lo tanto, los territorios deben competir entre sí para captar más inversionistas, estudiantes, profesionales, turistas, etc., a partir de la diferenciación, lo cual conlleva a buscar especificidades propias. Propone el concepto de Identidad Competitiva (IC) que describe la síntesis de la gestión de marcas con la diplomacia pública, el comercio, la inversión, la promoción de las exportaciones y el turismo. Entiende la IC como el nuevo modelo para mejorar la

competitividad en el mundo globalizado. La IC se refiere a que tanto el sector público, como las compañías y pobladores dirijan su comportamiento en una dirección común, que sea positiva y productiva para la reputación del país, que los ayude a ganarse la reputación que necesitan y merecen, coincidiendo también con lo propuesto por Boisier (1997).

En este sentido, se observa que el turismo antártico se encuentra exógenamente determinado en Ushuaia ya que la conformación de la demanda es externa al territorio y las operadoras turísticas están domiciliadas, en su mayoría, en el hemisferio norte. No obstante, éste es un buen ejemplo de cómo es posible endogeneizar las actuaciones a partir de la construcción de estrategias para aprovechar oportunidades.

## **METODOLOGÍA**

En base al objetivo planteado se decidió llevar adelante un enfoque metodológico cualitativo. La técnica de investigación utilizada corresponde a la entrevista no estructurada; se entrevistaron 14 informantes clave con amplia experiencia en la actividad turística antártica: personal de expedición a bordo de buques, agentes del ámbito público provincial y municipal, así como también agentes de viaje que venden el viaje antártico desde Ushuaia. Para ello, se realizó una guía no estructurada, entendida como una lista para recordar las áreas de investigación a cubrir, decidiendo el entrevistador el orden de las preguntas y propiciando un ambiente cordial y desestructurado para enriquecer la información suministrada (Taylor y Bogdan, 1987). Las entrevistas fueron desarrolladas durante el año 2021.

En virtud de las diferentes restricciones relacionadas al COVID-19 al momento de realizarse este trabajo de investigación, se le ofreció a los entrevistados la posibilidad de llevar adelante el encuentro bajo modalidad *on line*, utilizando la plataforma *Google Meet*. Tanto para las entrevistas que se realizaron en modo presencial como virtual, se empleó la grabación de las voces con un celular personal, función que permitió la posterior transcripción de las respuestas en un archivo *Word*. Finalmente, se utilizó el software de análisis cualitativo *Atlas.ti* para la organización, creación de códigos y análisis de la información.

## **DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

En este trabajo se identificaron actores exógenos al territorio, según las categorías que proporciona Boisier (1997), en este caso esta red está conformada por las operadoras turísticas extranjeras, los miembros de expedición de a bordo de los buques (*staff*), la Asociación Internacional de Tour Operadores Antárticos (IAATO), la Asociación de Guías Polares (PTGA) y los turistas. Todos ellos, endógenos y exógenos, conviven con constante tensión y generación de acuerdos (Salemme y Horlent, 2018), para llevar a cabo la actividad. Asimismo, se puede observar que la presencia de *staff* extranjero es significativamente mayor que el número de argentinos a bordo de los buques, cobrando importancia lo mencionado por Bertoncetto (2002) y Cohen (2005) sobre la disolución de fronteras promovida por las fuerzas de la globalización que produjeron una movilidad

sin precedentes de personas, capitales, entre otros, teniendo impacto en los diversos territorios.

Bertoncello (2002) también refiere a la existencia, en el ámbito del turismo, de una esfera económica, además de las esferas de trabajo y ocio, reforzando la presencia de distintos actores, que participan de forma activa en las formas y modalidades de la práctica turística. Siguiendo esta idea, se realizó un análisis a través del programa *Atlas.ti* para determinar la naturaleza de esa relación dentro de la actividad del turismo antártico. De acuerdo con los resultados expuestos, se determinó que existe también una intervención por parte de los actores locales en la actividad, propiciándose entonces el desarrollo territorial tal como lo propone Boisier (1997).

Los resultados demostraron que no hay una identidad antártica visible, o que no es fácilmente palpable. De acuerdo con los entrevistados, si se pudiera generar en la población y en las compañías locales una identidad antártica no sólo se la podría plasmar en el territorio a partir de diversas manifestaciones como museos, arte y otras expresiones patrimoniales, sino también en la matriz productiva brindando servicios específicos y de calidad a las empresas extranjeras que operan desde el puerto local. Esto permitiría una diferenciación respecto de las otras puertas de entrada, coincidiendo con Anholt (2007).

Siguiendo la misma idea, Cammarata (2006) sostiene que el factor cultural integrado a la actividad turística contribuye al desarrollo local a través del fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo por medio de la educación. Cobra entonces total sentido lo relatado por los entrevistados cuando sostienen que es necesario trabajar sobre el conocimiento de la población respecto de la Antártida, reconociendo la importancia del sector público en cuanto a política educativa. Aquí se le asigna importancia al rol de la UNTDF como institución formadora y como fortalecedora de lazos con la comunidad local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anholt, S. (2007). *Competitive identity. The new brand management for nations, cities, and regions*. Editorial Palgrave Macmillan, Nueva York.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*. Vol. 6 (2), 29-50.
- Boisier, S. (1997) El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial. *Estudios regionales*. N° 48, 41-79.
- Cammarata, E. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En: A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo y M. L. Silveira (Coords.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 351-366). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Brasil.
- Cohen, E. (2005) Principales tendencias en el mundo contemporáneo. *Política y sociedad*. Vol. 42 (1), 11-24.

Salemme, M. y Horlent, L. (2018). The patrimonialisation and the heritage value of the archaeological record. Tierra del Fuego as a case study. En: M. Dos Santos, F. Lopes Da Cunha y J. Rabassa (Eds.). *Latin American Heritage* (pp. 53-66). Springer-Verlag.

Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Editorial Paidós.