

## RED DE PRODUCTOS CULTURALES PARA LA CONSOLIDACIÓN DE UN TURISMO DE CIUDAD

Ricardo Dosso<sup>1</sup>-  
María Julia Muñoz<sup>2</sup>

**Resumen:** La litoralidad y estacionalidad de Mar del Plata estuvo históricamente signada por la atraktividad de su posición geográfica litoral costera, su variada geomorfología y la presencia de un centro urbano con funciones de apoyo a la actividad gravitacional de Sol y Playas, caracterizado por una alta urbanización y dotado de una relativa aptitud de equipamiento, infraestructura y servicios hoteleros, gastronómicos y de esparcimiento capaz de ofrecer una significativa capacidad instalada para albergar un turismo progresivamente masivo. Los esfuerzos por lograr una sostenibilidad de la actividad a lo largo del año instaron a la investigación de alternativas de desestacionalización y deslitoralización apelando a opciones turístico-recreativas alternativas en medio natural y rural que permitieran diversificar la opción relativamente excluyente del turismo de Sol y Playas. Sin embargo no se aprecian estudios que incluyan la opción turístico-recreacional del centro urbano como alternativa de significación que permita complementar y ofrecer mayor variedad apelando a la potencialidad de las prácticas turísticas en espacio urbano que conjugue un continuo de atractividades complementarias playa – centro urbano – hinterland regional y que redescubra espacios, actividades y tiempos susceptibles de diversificar la atraktividad del centro urbano en sus posibilidades de disfrute del ocio y el tiempo libre, superador de la mera condición de soporte urbano de equipamiento, servicios y esparcimiento en función de apoyo a la actividades de Sol y Playas. La ponencia que se presenta, resultado del trabajo de investigación “Turismo Urbano en Mar del Plata: puesta en valor y en desarrollo turístico-recreacional sustentable” concibe un sistema de productos turístico – recreacionales inserto en la modalidad de *turismo de ciudad* no excluyente de las opciones de turismo de sol y playas, turismo de la naturaleza y turismo rural, reivindicando la noción del producto *ciudad global* integrada por un “calidoscopio” de “*varias ciudades*” como subproductos : *ciudad cultural, ciudad deportiva, ciudad espectáculo, ciudad lúdica, ciudad histórica, ciudad de ferias y congresos, ciudad de compras y negocios, ciudad nocturna, ciudad oculta*, entre otras.

**Palabras clave:** Turismo Urbano ; Productos Culturales ; Red de Nodos; Ciudad de Ciudades ;

### Introducción

El devenir histórico del turismo en Mar del Plata ha instalado en el imaginario de la demanda y en la realidad de la práctica del tiempo libre, la consolidación del producto “sol y

<sup>1</sup> Magíster en Gestión Ambiental del Desarrollo Urbano. Investigador integrante y director de proyectos del Centro de Investigaciones Turísticas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250 – Mar del Plata. Argentina. [rhdosso@mdp.edu.ar](mailto:rhdosso@mdp.edu.ar) , [forum\\_consult@ciudad.com.ar](mailto:forum_consult@ciudad.com.ar);

<sup>2</sup> Licenciada en Turismo. UNMdP. Becaria Universidad Nacional de Mar del Plata. Presidente de la Asociación de Licenciados en Turismo. MdP. [María\\_julia\\_m@yahoo.com.ar](mailto:María_julia_m@yahoo.com.ar);

playas” como marca de identidad del centro urbano. Tal modalidad de turismo ha permitido, en buena parte, el crecimiento y desarrollo del centro turístico. La competitividad de otros destinos y el debilitamiento intrínseco del producto le instalan en un estadio de declinación, con el agravante de constituir un producto de prevalencia estacional en el tiempo y litoralizado en el territorio. La congestión puntual en el espacio/tiempo permiten identificar problemas del destino resultado de la dimensión y densidad de la ocupación urbano-costera y de la simultaneidad de la estancia turística que se suma a la población residente.

El crecimiento de la población residente, las prácticas urbanas cotidianas deficientes, las dificultades de gestión pública, agravadas por la densidad turística ha generado problemas tales como conflictos de tránsito, mal estado de las calles, dificultades de higiene, deterioro y pauperización del área central, deterioro de la calidad de las playas y espacios verdes, déficit y deterioro de la infraestructura, de la calidad ambiental litoral y las deficiencias históricas de las terminales de ómnibus y de trenes, entre otros componentes impactados de la oferta urbana.<sup>3</sup>

A pesar de la extensión de utilidad del litoral costero, de la aparición de nuevos núcleos balnearios y la extensión en profundidad de las playas centrales, persisten las dificultades y conflictos ambientales que impactan negativamente en la calidad del “soporte físico” ofertable para la práctica del turismo de sol y playa.

En este sentido se advierten mas debilidades que fortalezas respecto del producto entre las cuales conviene diferenciar las causas atribuibles a deficiencias en la gestión de sustentabilidad ambiental urbana y costera que vulneran la calidad de ciudad anfitriona, de las causas atribuibles al turista, quienes en última instancia vienen a agravar y evidenciar la vulnerabilidad del espacio ofrecido en función turístico-recreacional.

La masificación de la afluencia en tiempos de bonanza económica incrementó sustancialmente el parque de equipamientos hoteleros, gastronómicos y comerciales, que en períodos de declive, por retracción de la demanda, indujo a la ociosidad de sus capacidades, al deterioro de la relación calidad – precio y a la obsolescencia creciente del equipamiento.

En síntesis, se advierte una declinación de la actividad por la competitividad creciente de otros destinos que mejor atienden la exigencias del tipo de turismo, atribuibles a condiciones tales como: 1) una mejor calidad ambiental del soporte de la práctica turística; 2) la necesaria innovación y renovabilidad de actividades y recursos recreacionales

---

<sup>3</sup> Datos congruentes en la comparación de diferentes encuestas y sondeos de opinión del turista llevado a cabo por el Centro de Investigaciones Turísticas de la UNMdP, el Ente Municipal de Turismo, la Asociación de Licenciados en Turismo de Mar del Plata, Estudio de Demanda de Wilensky, entre otros.

complementarios a la práctica de sol y playas - superadoras de la mera práctica de la combinación bañarse / tomar sol / alimentarse - ; 3) la mejor y diversa oferta de servicios en cantidad, calidad y precio; 4) una oferta de actividades urbanas complementarias a la práctica balnearia; y 5) una mejor *performance* urbana de atractivos alternativos. Consecuencia sensible de la situación crítica del ciclo vital del producto “sol y playas” se observa “la disminución del volumen de mercado del producto, la disminución de tal demanda en el destino y la sensible reducción de beneficios atribuibles a la actividad”<sup>4</sup>

No obstante las debilidades observables en el tipo de turismo, debe destacarse como fortalezas aprovechables: 1. la calidad paisajística del perfil costero 2. la centralidad y magnitud comparada de Mar del Plata en el litoral costero bonaerense. 3. la potencialidad de prácticas alternativas complementarias al turismo de sol y playas en relación a los recursos potenciales que ofrece el centro urbano adyacente; y 4. la accesibilidad radial desde diferentes puntos de la provincia y el país. Nuevas políticas y estrategias de innovación , puesta en valor y en desarrollo de los recursos concurrentes al mejoramiento de la práctica del tipo de turismo, podrá rescatar su mejor vigencia. Sin embargo, las condiciones climáticas exigidas por el tipo de turismo no permitirá por sí superar la estacionalidad que le es intrínseca. con lo cual su potencialidad se ve limitada a la temporada estival.

### **Hacia la construcción de un modelo turístico integral y sustentable**

La presente ponencia expone parcialmente los resultados preliminares del proyecto de investigación en curso “Turismo Urbano en Mar del Plata: puesta en valor y en desarrollo turístico – recreacional sustentable”<sup>5</sup>, cuyos objetivos intentan redescubrir la potencialidad del centro urbano para constituir un sistema de productos alternativos inscriptos en la modalidad *turismo urbano* concurrente a identificar una *marca – ciudad* que trascienda , *sin exclusión*, la emblemática marca de *sol y playas*, apelando a la concepción de una red integrada de nodos-productos urbano-turísticos que permita la consolidación de una marca alternativa de ciudad turística para todo el año.

Superar la tendencia a la territorialidad litoral y a la estacionalidad temporal restringida del turismo emblemático de “sol y playas”, implicará la consideración de la oferta potencial del centro urbano y su microregión, capaz de generar alternativas innovadoras, no excluyentes de la actualidad y potencialidad litoral, que presentan el territorio extenso

---

<sup>4</sup> Mar del Plata Productiva: Diagnóstico y elementos para una propuesta de desarrollo local. CEPAL – FCEyS. Universidad Nacional de Mar del Plata. III H. Sector Turismo. Dic.2001.

adyacente urbano y regional que ha alcanzado una diversidad significativa producto del desarrollo y transformaciones inducidas por el devenir social y económico.

La consolidación urbana de Mar del Plata y su impacto en el desarrollo microregional permiten la consideración de otros recursos potenciales para el desarrollo de otras modalidades turísticas alternativas a las de sol y playas que permitan diversificar la oferta y la segmentación de la demanda en procura de un desarrollo de múltiples productos que satisfaga la posibilidad de una práctica de la actividad del sector con mayor sostenibilidad potencial durante todo el año.

No obstante el *aggiornamento* posible de la modalidad sol y playas acentuada en la temporada estival a través del mejoramiento cualitativo del producto, de la reconsideración de la demanda y de la innovación de espacios litorales, será menester atender la potencialidad de modalidades turístico-recreativas susceptibles de realizar en espacio urbano y regional tales como el *turismo de ciudad* en el centro urbano, y *el turismo en espacios naturales y rurales* en entorno regional, atendiendo a una “mirada continental” del territorio sin solución de continuidad.

En éste sentido, la consideración integral del territorio como un continuo “litoral, urbano, regional” asumiendo la potencialidad de la “extensión” espacial y temporal permite inferir una complementariedad susceptible de contribuir a una diversificación de la oferta y de la demanda en la consideración de nuevos productos turístico-recreacionales alternativos para una mejor contribución de la actividad a lo largo del año, superando así la litoralidad y la estacionalidad históricas del producto emblemático.

### **La opción por el turismo de ciudad**

El centro urbano de Mar del Plata fue consolidándose en diferentes estadios: en su origen como centro de apoyo en servicios a la actividad balnearia intermitente, luego como un centro receptor de población migratoria en busca de mejor oportunidades en un centro urbano atractivo con potencialidad para el desarrollo a partir del turismo y de las demás actividades económicas que le sucedieron hasta convertirse hoy en un centro con población residente estable que le confiere entidad urbana de magnitud en el litoral bonaerense. A pesar de las deficiencias urbanas atribuibles al impacto de su crecimiento, a las “malas prácticas” urbanas y al devenir de la alternancia “crisis – bonanza” de las dimensiones políticas, económicas y sociales de los últimos 30 años, - imputables a todos los niveles de la gestión - ,

---

<sup>5</sup> Proyecto de Investigación llevado a cabo en el seno del Centro de Investigaciones Turísticas subsidiado por la Universidad Nacional de Mar del Plata.

puede aún atribuirse a Mar del Plata, condiciones naturales intrínsecas y de adaptación que le confieren singularidad preferencial a su perfil urbanístico.

El paisaje conferido por las estribaciones del sistema de Tandilia, el patrimonio arquitectónico heredado, la capacidad instalada en infraestructura, equipamiento y servicios, la actualidad y/o potencialidad de sus atractivos urbanos, la motricidad de su capital social en el campo de la cultura, el deporte, la educación, la religión, el folclore, la ciencia, la producción, el comercio, entre otros, y en suma de su capacidad receptiva en torno a eventos y acontecimientos de relativa trascendencia, permiten atender la consideración de “*lo urbano*”, como alternativa “soporte” de actividades con potencialidad para la modalidad no excluyente del turismo urbano o a mejor entender “turismo de ciudad”.

No obstante las fortalezas atribuidas de la oferta potencial de “lo urbano” será preciso un proceso de “*construcción*” del macro-producto “turismo urbano” y del sistema de productos y subproductos que le integren, y un proceso de reconversión de las deficiencias funcionales y ambientales del parque urbano, como así también de la consideración de las dimensiones políticas, económicas y sociales que obstaculizan las posibilidades de un desarrollo sustentable de la actividad.

### **Los desafíos ante un nuevo escenario turístico a futuro**

Las tendencias mundiales demuestran <sup>6</sup> que es necesario contemplar y asumir: Que el sector turístico se muestra como una actividad que acusa un crecimiento; que el espacio geográfico latinoamericano será un destino de primer orden a nivel mundial para los turistas del siglo XXI; que surgen nuevas motivaciones de la demanda; que aumenta y se hace más sensible la valoración de los aspectos ambientales y de la autenticidad cultural, de la calidad del producto, y de la excelencia turística. Que será necesario: la diversificación de la oferta frente a la monoproducción; La creación de productos específicos frente a los genéricos; El desarrollo de un modelo de turismo activo frente al contemplativo; el tratamiento personalizado y profesional de los turistas frente a los mecanismos propios del turismo de masas; la reestructuración de la oferta existente; Implantación de criterios y sistemas ambientales en los procesos de producción y gestión turística; la modernización de las estructuras organizativas de las instituciones y empresas turísticas; que el marco institucional ha de contemplar la consideración del turismo como una política prioritaria y el

---

<sup>6</sup> Organización Mundial del Turismo. Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Agenda para Planificadores Locales. 1999. Madrid. España.

consenso social sobre los objetivos. Que el desarrollo turístico incluye el desarrollo económico, social cultural y ambiental, al mismo tiempo que la eficiencia económica, la equidad social y la sostenibilidad ambiental.

Los ámbitos del negocio turístico estarán orientados a potenciar las siguientes modalidades no necesariamente excluyentes: *Turismo de Interior - Turismo Urbano, Turismo de Playa, y Turismo Específico.*

Así, es posible la integración manifestada en alternativas de complementación entre: metrópolis industrial, centro logístico de distribución de mercancías, centro comercial, centro universitario, centro de diseño, ingeniería y arquitectura, centro deportivo, centro médico, centro de ferias, congresos y convenciones, centro cultural y artístico, centro financiero y de negocios asociados directamente a centros urbanos; y sol y playa, descanso, natación, juegos y animación en playa, nudismo, cruceros, navegación, actividades subacuáticas, pesca, ecoturismo, puesta a punto, gastronomía marinera; todos los aspectos generales, pero añadiéndoles la cercanía al mar ( incentivos, golf, arte y cultura, reuniones de negocios, ferias y exposiciones, acontecimientos de todo tipo, asociables *al Turismo de Playa* enriquecido; y *los* grandes y pequeños acontecimientos, grandes congresos, parques temáticos, lugares singulares, religiosos, arqueológicos, casinos de juego, recursos naturales o históricos – artísticos únicos, asociados a la modalidad *Turismo Específico*. En ámbitos diversificados o diversificables con entornos naturales, rurales y culturales atractivos, aptos y accesibles pueden alcanzarse instancias complementables y compatibles a la modalidad Turismo Urbano de interés nuclear, lo que permitiría mayores posibilidades de competitividad en su tipo.

## **Tendencias y Potencialidad del Turismo de Ciudad**

Según Gerda Priestley<sup>7</sup> “la demanda del *turismo urbano* ha aumentado por las siguientes tendencias generales del sector turístico: diversidad de atracciones que encaja en tendencias post – fordistas, se adapta bien a las tendencias de segmentación del mercado turístico – aumenta el nivel cultural entre la población del mundo desarrollado, aumenta la proporción de población mayor y la tendencia a repartir vacaciones anuales en períodos más cortos. La ciudad ofrece ventajas específicas: importancia de congresos y/o ferias y exposiciones en relación con actividades económicas, fácil accesibilidad, ofertas de fin de semana en ciudades donde el principal mercado es de negocios, atracción de la animación de la ciudad para la población joven y menor dependencia del factor climático que el turismo de playa”

Los elementos que atraen a los visitantes a las ciudades se identifican con: la cultura ( patrimonio urbano-arquitectónico, monumentos y sitios, exposiciones, festivales, espectáculos, entre otros) , el deporte ( acontecimientos deportivos), las visitas a familia y amigos, la satisfacción personal, las compras y los negocios, la gastronomía.

---

<sup>7</sup> Gerda Priestley. Documentos: Turismo Urbano. Compilación. Seminario “Turismo Urbano”. 1999. FCEyS. CIT. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina - Barcelona. España.

La ciudad como centro de actividades de ocio depara potencialmente elementos básicos: lugares específicos que ofrecen actividades orientadas hacia el ocio ( culturales, diversiones, espectáculos, fiestas, grandes acontecimientos), basadas en los recursos del medio urbano ( elementos históricos, edificios y monumentos, objetos de arte, plazas y parques, infraestructura, costas urbanizadas, hábitos y costumbres, y folclore de la comunidad local, entre otras.

Los elementos adicionales necesarios se identifican con: hoteles y restaurantes, bares y pubs, tiendas y comercios, ferias y mercados. Los elementos condicionantes refieren a: la accesibilidad, la infraestructura, el equipamiento y los servicios turísticos. Entre las ciudades intermedias son susceptibles de atracción las capitales, las ciudades históricas, los centros culturales o de arte, ciudades industriales o comerciales, las de juego y ocio, los centros educativos, los centros de salud o ciudades de playa. Sus combinaciones limitadas o amplias jerarquizan su atraktividad.”

### **El destino urbano – turístico: las condiciones necesarias**

Según Valls<sup>8</sup> , “la dimensión del destino turístico debe asumir el conglomerado de productos turísticos que actúan dentro de una demarcación geográfica determinada, a lo que hay que añadir, factores tales como el clima, las infraestructura, los servicios y los recursos naturales y culturales. Los productos turísticos de un destino compiten entre sí dentro de éste. Sin embargo cada destino desarrollará una masa crítica de productos competitivos y compatibles entre sí con prioridades ciertas de rentabilidad económica y social, que le permitan competir conjuntamente en la captación de los consumidores exteriores. Ello comporta que el diseño de la cartera de productos de un destino debe responder a una correcta planificación de marketing y de una imagen global y coherente.

Las nuevas exigencias del turista refieren a una mejor calidad y diversidad de los atractivos turísticos; disponibilidad y calidad de los servicios turísticos; oferta adecuada de infraestructuras básica; eficientes sistemas de transporte; existencia de sistemas de información; desarrollo de programas de comercialización y promoción; disponibilidad de recursos humanos cualificados; Acogida local hacia el visitante.

Actualmente las condiciones urbanas que mejor contribuyen a su atraktividad y aptitud como destino potencial o actualmente exitoso refieren además de los recursos en sí, a la calidad ambiental, estructural, funcional y paisajística tanto del centro como de su entorno; y sus condiciones favorables a nivel socioeconómico, ambiental y político, en el sentido amplio. En ciudades que alcanzaron consolidación compartida entre la intermitencia o estacionalidad de la población turística y de la radicación de población residente de magnitud, como ocurre en muchas ciudades intermedias, e incluso, en las grandes metrópolis, la situación se torna conflictiva bajo dos aspectos esenciales: la necesidad de satisfacción de

---

<sup>8</sup> Joseph – Francesc Valls. Las claves del mercado turístico. Pag. 224. 1996. Barcelona. España.

necesidades exigentes del público turista y la necesidad de satisfacción de necesidades básicas a otras de diversa escala, por un lado, y en ocasiones a la necesaria convivencia o desenvolvimiento de actividades en espacios de centralidad común y compartida.

### **Un sistema de productos culturales en torno al “turismo de ciudad”**

El trabajo concibe los recursos culturales en su doble lectura: las expresiones y prácticas culturales desde la disciplina *antropológica* que en un sentido “estricto” relaciona lo cultural con la autenticidad ancestral, y desde la disciplina *sociológica* que en un sentido “extenso” relaciona lo cultural con las expresiones y prácticas sociales transformadoras de la naturaleza “prístina” en una “segunda naturaleza” - eminentemente antrópica- producto del saber y del hacer en todas sus manifestaciones, inscripto en el axioma “ todo lo que el hombre realiza es cultura” o bien “ la ciudad es cultura” , “la ciudad es la expresión máxima de la cultura” .<sup>9</sup> Un tercer criterio de índole operativo propio del uso en la Gestión Pública inscribe en la lectura cultural restringidamente los aspectos relacionados especialmente con el Arte, la Historia, la Música, el Teatro, entre otras, con prescindencia de las manifestaciones productivas, deportivas, científicas, educativas, tecnológicas, comerciales, etc.

En éste sentido, si bien se reconoce la vigencia simultánea y controversial de los enfoques, se interpreta que a efectos de la consideración del “parque” de recursos turísticos inscriptos en el *medio urbano* ( ámbito objeto de estudio) resulta necesaria su compatibilización, habida cuenta de la imprescindible categorización identitaria diferencial que las posturas proponen y connotan para el visitante motivaciones también diferentes respecto del uso y goce de los atractivos de la ciudad.<sup>10</sup>

Por tanto se concibe la ciudad como entidad susceptible de integrar y compatibilizar las diferentes acepciones y donde constituyen recursos los espacios/actividades *culturales, productivas, educativas, científicas, tecnológicas, deportivas, lúdicas, religiosas, comerciales*, entre otras, que expresan la entidad ciudadana y que son susceptibles de constituir escenario de expectación y protagonismo por parte del turista.

---

<sup>9</sup> Si bien se reconocen las controversias que en el contexto científico-cultural presentan ambos enfoques, se admite, a propósito del trabajo, que ambas lecturas pueden compatibilizarse en la experiencia turística cuya finalidad concierne al disfrute de la diversidad cultural pluritemática y pluridimensional, multívoca y polivalente, que no puede abstraerse exclusivamente en el sentido “estricto” y excluyente , no obstante reconocer la valía conceptual de ambas posturas en un campo del saber con vigencia controversial.

<sup>10</sup> Es bien sabido el interés superlativo que hoy convoca a visitantes reconocer la autenticidad cultural de los destino, constituyéndose en factor clave de la atraktividad que hace diferente una comunidad receptora de otras , y en consecuencia, un factor concurrente a la identificación de una marca diferencial y competitiva.

La concepción del sistema de productos inscriptos en la modalidad Turismo de Ciudad, a propósito del centro urbano de Mar del Plata, concibe en primera instancia la Ciudad como un *macroproducto turístico* segmentado en un sistema de productos y subproductos integrados susceptibles de convocar a partir de su diversidad de recursos, diferentes nichos de demanda atendiendo la combinación *oferta/demanda – recurso/usuario* y *considerando las variables: recurso/espacio – actividad/motivación – usuario/perfil – tiempo/disponibilidad*.

La concepción propone segmentar el macroproducto “ciudad” en un sistema de productos culturales ( en sentido extenso) que admite la consideración de diferentes “ciudades” en correspondencia con la oferta diferenciada en relación a la diversificada “vocación” del turista. Con este criterio se propone los concepto-marca: “*varias ciudades, una ciudad*” o “*Mar del Plata de las varias ciudades*” -, entre otras, atendiendo a la potencialidad de la “diversidad” como condición relevante de la oferta actual y potencial del centro urbano. Así se conciben: la *ciudad cultural*, la *ciudad espectáculo*, la *ciudad educativa y científica*, la *ciudad productiva y tecnológica*, la *ciudad de congresos y convenciones*, la *ciudad lúdica y deportiva*, la *ciudad nocturna y díscola*, la *ciudad de compras y negocios*, entre otras.

### **Nodos Culturales integrando Redes**

En dimensión paralela se concibe al sistema de productos como un sistema de *nodos* de interés turístico-recreacional potencial, integrados por unidades espacio/actividad nucleares de significativa pregnancia y otras complementarias idénticas, similares o disímiles compatibles e integrables. En éste sentido se identifican *nodos* cuya espacio/actividad nuclear – principal “*atractor*” alude a productos nucleares culturales, deportivos, científicos, educativos, feriales, de espectáculos, entre otros, donde las actividades complementarias pueden asumir similar variedad de productos/tipos. La diferencia entre espacio/actividades nucleares y las complementarias refieren a la importancia o “peso” valorativo y convocante diferencial entre ambas. Así, un *nodo cultural* puede estar constituido por un centro cultural protagónico alrededor del cual se conjugan actividades/espacios complementarios como las educativas, feriales, lúdicas, entre otras, que se inducen recíprocamente merced a la diversidad compartida de la experiencia en el *nodo*.

Las actividades/espacios nucleares se nutren de la diversidad de las complementarias y éstas de la importancia convocante de aquella. Las condiciones necesarias de los “nodos” para su constitución en productos turísticos con identidad apelan a la necesaria “conjunción

espacial”, “complementariedad funcional” y “asociatividad institucional” , a un entorno ambiental y paisajísticamente homogéneo, a una accesibilidad facilitada ( física, administrativa y económica), y a una aptitud óptima ( servicios de apoyo o facilidades turísticas en materia de servicios complementarios). El estudio diagnostica diferentes grados de actualidad y potencialidad de los núcleos como así también diferencial grado de respuesta a la condiciones necesarias; en función de ello se proponen acciones de puesta en valor y en desarrollo para cada *nodalidad* según los casos.

Las redes propuestas para Mar del Plata asumen una lectura polifacética. Por un lado es posible la lectura de una red monotemática de nodos que integran una “ciudad simbólica”, por ejemplo, la *ciudad cultural* integrada por una red de nodos culturales en los cuales la unidad nuclear le confiere tal tematización . Por otro lado como cada nodo admite unidades turístico-recreacionales complementarias a la unidad nuclear, y considerando que estas pueden evocar otras temáticas afines o disímiles compatibles, es posible concebir una red que vertebré dichas unidades complementarias con otras configurando una red que evoque, por ejemplo, una tematización que conciba la “*ciudad religiosa*” vertebrando capillas o templos, o la “*ciudad educativa y científica*”, vertebrando unidades educacionales, bibliotecas o centros de investigación. En suma, las redes que *construyen* esta manera de concebir “*ciudades*” como subproductos, pueden estar integradas por los propios nodos, por sus unidades nucleares, por sus unidades complementarias, o bien por mezclas de ellas según la tematización que susceptible de evocar.

A continuación se indican a manera de ejemplo algunos “nodos” representativos que el trabajo de investigación considera, entre una treintena de nodos potenciales identificados:

. *Nodo Victoria Ocampo*: integrado por el Centro Cultural Victoria Ocampo como entidad nuclear, complementado por potenciales actividades y espacios atribuibles a la Villa Silvina Ocampo, el Mar del Plata Day School, el Archivo Histórico Municipal, y el Colegio del Sagrado Corazón de Jesús y Capilla homónima. La concepción del nodo parte de las premisas de compatibilidad y complementariedad de actividades relacionadas con la cultura, la educación y la ciencia, como así también de la relativa proximidad de los recursos, la presencia de ejes estructurantes que le confieren franca accesibilidad, y las condiciones de un entorno homogéneo singular caracterizado por un paisaje fuertemente forestado y arquitectura patrimonial de alta calidad que le confieren unidad ambiental. Esta conjunción relativamente apriorística implica una actividad programada conjunta que induzca interés recíproco por conocerles y protagonizar actividades, como así también una sostenibilidad compartida en un mayor lapso de tiempo a lo largo del año. Así, algunas unidades

componentes indicadas ya cuentan con actividades en función turística ( Centro Cultural Victoria Ocampo – Archivo Histórico Municipal, Villa Silvina Ocampo) en tanto el Colegio Mar del Plata Day School, el Colegio del Sagrado Corazón de Jesús y capilla homónima, cuentan con actividades ligadas a la cotidianeidad de su función local, no obstante ello, la propuesta introduce la posibilidad de poner en función turístico-recreacional algunas prácticas emergentes de la especificidad de dichos centros a saber: ambos colegios cuentan con disponibilidad espacial para la realización de exposiciones del acervo de sus actividades anuales y/o la prácticas de charlas y conferencias de interés habida cuenta de la disponibilidad de auditorium y espacios para la escena. La capilla, como ocurre en muchos templos similares permite la práctica de la actividad coral. ( el nodo es integrable a la “ciudad cultural”)

. *Nodo Lomas de Colón*: integrado por el Museo de Artes Plásticas “J.C.Castagnino” y el Museo del Mar como espacios/actividades nucleares, y el Consulado de Italia, la Torre Tanque, y el Colegio y capilla Stella Maris , como centros complementarios. La concepción del nodo parte de las premisas de compatibilidad y complementariedad de actividades relacionadas con la cultura y la educación. ( el nodo es integrable a la Ciudad Cultural)

. *Nodo Polideportivo Municipal*: constituye un nodo unívoco por tratarse de una actividad esencial y nuclearmente dedicada a la actividad deportiva, no obstante disponer de la posibilidad biunívoca al disponer en ocasiones sus instalaciones para la realización de espectáculos y recitales masivos, lo que perfila al nodo como “funcionalmente ambivalente” ( el deporte de día – la cultura de noche). Y eventualmente la realización de Congresos y Convenciones. Modalidades polivalentes que le otorgan singularidad al nodo respecto del resto analizado. Su condición autosuficiente en materia de servicios de apoyo o facilidades, permite considerar la actualidad del producto. Su calidad arquitectónica, urbanística y ambiental le eximen de acciones de puesta en valor aunque sí de mantenimiento. ( el nodo es integrable a la Ciudad Deportiva)

*Nodo El Grosellar*: integrado por el Museo Casa Bruzzone como centro nuclear, se complementa con la presencia en entorno de talleres privados de arte y la consideración del barrio El Grosellar considerado reserva forestal en alusión a su singular y exuberante vegetación de grosellas y pinares, y a la singularidad de su trazado irregular y entorno paisajístico agreste homogéneo, condiciones todas que le otorgan identidad nodal cultural-paisajística. Las actividades se centran en la exhibición y las prácticas culturales ligadas a las artes plásticas. Su accesibilidad y aptitud le confieren actualidad de producto en función turística, no obstante la ausencia de su consideración como marca que integre dicha complementariedad. ( el nodo es integrable a la Ciudad Cultural)

**A manera de breviarario se detallan otros *nodos* susceptibles de integrar “redes ciudad”:**

“*Nodo Peatonal*”: Cines-teatros (Ambassador, Neptuno/Lido, Santa Fe, Carreras, Atlas, América, Re-Fa-Si, Roxi, Corrientes, Tronador, entre otros. ( Ciudad Espectáculo)

“*Nodo Plaza San Martín*” Teatro Colón – Club Pueyrredón – Instituto Cooperativo CABAL, Altos de Alfonsina, Espectáculos callejeros efímeros, Iglesia Catedral, Facultad de Derecho, Rectorado UNMDP – Bar Barkos – Escuela No 1, Hotel 13 de Julio – Centro Cultural La Cuadrada – Centro Cultural Gral. Pueyrredón – etc. ( Ciudad diversa, Ciudad Espectáculo, Ciudad Cultural y Educativa, Ciudad Lúdica, Ciudad de Ferias y Congresos).

“*Nodo Diagonal Pueyrredón*”: Paseo Diagonal, Shopping Los Gallegos – Paseo de Compras – Feria Artesanal – Feria de Las Artes – A&A Antigüedades – Paseo del Tango, Dickens Pub ( Ciudad Cultural – Ciudad de Compras - Ciudad Espectáculo – Ciudad de las Artes – Ciudad Lúdica – Ciudad Gastronómica)

“*Nodo Ferial Juan B. Justo*”: Superdomo – Ferimar – Centro de Exposiciones “La Loma”. ( Ciudad Ferial)

“*Nodo Industrial-Comercial Textil Juan B. Justo*”: producción, exposición y venta de textiles. Paseo de compras y visita a empresas industriales. ( Ciudad productiva y comercial)

“*Nodo Cultural Portuario*”: Colegio y Capilla de la Sagrada Familia – Museo del Hombre del Puerto “Cleto Ciochini” – Gruta de Lourdes – Convento – Vieja Usina. ( Ciudad Cultural / Ciudad Religiosa)

“*Nodo Comercial y Gastronómico Portuario*”: Nuclear: Restaurantes típicos – Complementarios: Teatro Auditórium sede Puerto – Centro de Exposiciones – Locales Comerciales. ( Ciudad Gastronómica/ Ciudad Comercial / Ciudad Cultural)

“*Nodo Deportivo Portuario*”: Yate Club – Club Náutico – Escollera Norte (pesca)– Golf Club - ( Ciudad Deportiva)

“*Nodo Tecnológico Naval / Marítimo*”: Base Naval ( escuela de submarinos – predio de exposiciones – embarcaciones militares – INIDEP Instituto Nacional de Investigación en Desarrollo Pesquero) ( Ciudad Científica y Tecnológica)

“*Nodo Lúdico Portuario*”: Manzana de los Circos – Parque de Diversiones – Predio de exposiciones ( Ciudad Lúdica)

“*Nodo Playa Grande*”: Balneario/natatorio Playa Grande – Hotel Costa Galana – Escalinata escenario ( desfiles de moda) – Parque Gral. Rivas – Rotonda Mirador – Sede Golf Club ( Ciudad Balnearia / Ciudad de Congresos y Convenciones/acontecimientos programados / Ciudad Paisajística)

“*Nodo Alem*”: pubs y comercios de indumentaria de “marca”. ( Ciudad Nocturna – Ciudad Comercial – Ciudad Lúdica).

“*Nodo Guemes*”: Eje comercial – Plaza del Agua – Museo de Obras Sanitarias – Centro Cultural La Subasta – Bares temáticos con amenidades- Sedes Institucionales de Servicios Empresariales – ( Ciudad Lúdica – Ciudad Gastronómica – Ciudad Cultural – Ciudad Comercial)

“*Nodo Hotel Sheraton*”: Ferias, Exposiciones y Congresos ( Ciudad de Congresos y Convenciones – Ciudad Cultural – Ciudad Gastronómica – Ciudad Receptiva).

“*Nodo/Complejo Bristol –Casino*”: Torreón del Monje – Balnearios varios – Paseo Hermitage – Hotel Hermitage – Edificio Habana - Hotel Provincial – Teatro Auditórium – Teatro Provincial – Teatro Nachman – Sala de Exposición Nave – Ferias Artesanales a cielo abierto – Centro de Exposiciones de Producciones Pymes – Centros de Informaciones Turísticas – Casino y centros de entretenimientos – Rambla y explanadas. Plaza Colón – Plaza del Milenio – Plazoleta de los Inmigrantes ( Ciudad Cultural – Ciudad Espectáculo – Ciudad Ferial – Ciudad Balnearia – Ciudad Lúdica).

“*Nodo/Complejo La Perla*”: Balnearios – Paseo Dávila – Plaza España ( conjuntos escultóricos y juegos infantiles) – Museo de Ciencias Naturales – Pubs nocturnas – ( Ciudad Balnearia – Ciudad Científica – Ciudad Lúdica – Ciudad Nocturna).

“*Nodo Constitución*”: Discotecas - Pubs - Instituciones Servicios Empresariales/ -Barrio Pintoresco. ( Ciudad Nocturna y Díscola / Ciudad Paisajística).

“*Nodo Complejo Universitario*” : Universidad Nacional de Mar del Plata – Casa del Puente – Universidad de Adultos Mayores – Barrios pintorescos: Pinos de Anchorena y Santa Mónica – ( Ciudad Educativa –Ciudad Científica - Ciudad Cultural – Ciudad Paisajística )

La “ construcción “ de una compleja *red de interacción* entre las diversas *nodalidades* permite estructurar circuitos de integración susceptible de una muy diversa libertad de opciones conforme a la también diversa motivación del turista.

Una “mirada transversal” del sistema de *nodalidades* identificadas como potenciales, permitirá concebir un sistema “ turísticamente simbólico” de ciudades alternativas que vertebran nodos o componentes que le integran, conformando redes temáticas que adjetivan una tipología de *ciudades-marca* susceptibles de satisfacer modalidades de productos turísticos direccionados a motivaciones diversificadas. De éste modo se “construyen” segmentaciones del megaproducto “*ciudad diversa*” como un “*calidoscopio temático*” de libre opción.

A manera de ejemplo la “*ciudad espectáculo*” engloba todos los espacios y actividades relacionadas con el espectáculo teatral, cinematográfico, musical, coral, entre otros géneros; la “*ciudad educativa y científica*” engloba todos los espacios y actividades relacionadas con exposiciones y muestras de la producción resultado de las tareas educacionales y científicas desarrolladas preferentemente por los establecimientos de nivel universitario, superior y eventualmente medio como así también de institutos de formación e investigación públicos y privados capaces de poner en valor su producción y capitalizar su posicionamiento académico; la “*ciudad cultural*” permite englobar espacios y actividades relacionadas con la producción artística en materia de artes plásticas, artesanías, literatura, como así también la producción en el campo del patrimonio escultórico y patrimonial arquitectónico y urbano, entre otros; la “*ciudad productiva y tecnológica*” permite englobar espacios y actividades relacionadas a la producción y la tecnología particularmente industrial o manufacturera asociadas a la fabricación y procesamiento de productos pesqueros, navieros, textiles y alimenticios, entre otros rubros demostrativos de la producción local; la “ciudad nocturna y díscola” o la versión “ciudad nocturna y sensual” vertebran la oferta de espacios y actividades ligadas a la diversión que tiene por escenario la noche y la traspasada marplatense en la que se conjugan los nodos integrados por discotecas, bailables y pubs como así también las singulares “zonas rojas” y sitios *gays* del mundo “*under*”. Con idéntico criterio se identifican la *ciudad deportiva*, la *ciudad de congresos y convenciones*, la *ciudad lúdica*, la *ciudad mística y religiosa*, y la *ciudad de compras y negocios*, entre otras modalidades.

## **Conclusiones**

Mar del Plata cuenta con recursos y/o productos actuales y potenciales caracterizados en su conjunto por una gran dispersión, condición que resta la fortaleza necesaria para

consolidar productos efectivamente competitivos. Esa dispersión característica también debilita la posibilidad de construir un “*producto ciudad*” con consolidación identitaria competitiva en el mercado turístico en tanto modalidad no excluyente de “turismo urbano”, disuadido además por la emblematización, en el imaginario colectivo, de Mar del Plata como producto de Sol y Playas.

La puesta en valor y en desarrollo de una nueva modalidad turística competitiva asociada a su potencialidad en tanto oferta urbano-turística requiere de la “creatividad” necesaria para identificar y consolidar nodos y redes potenciales producto de la complementariedad de recursos/actividades y de la asociatividad institucional de programas y actuaciones solidarias que otorguen fortaleza a la dispersión y permita ampliar el espectro de la oferta mediante la puesta en valor y en desarrollo de recursos inadvertidos que cobran valoración y peso en su complementariedad. En éste orden, se identifican en la ciudad de Mar del Plata un conjunto de treinta nodalidades susceptibles de integrar una red de opciones turístico-recreacionales que conforme a la adopción de ejes temáticos “ideas-fuerza” permiten definir los diferentes “tipos de ciudades” como subproductos actuales y potenciales, objeto de la investigación en curso.

La identificación de *nodalidades* dinámicas y variadas, de redes de interacción de múltiple opción, y *perfiles de ciudades* diversificados en combinación con la diferencial motivación de un público cautivo cada vez más reticente, de un público potencial desertor y de un público objetivo ausente, permitirá alentar una oferta de productos que pueda mejorar el disfrute del tiempo libre de los primeros, recuperar la fidelidad del segundo y seducir a los últimos para intentar así, una sostenibilidad y extensión de la actividad a lo largo del año. Y por sobre todo generar corporativamente una imagen-marca de ciudad con un peso competitivo tan caro a las expectativas del residente para un mejor vivir, para el empresariado para una mejor rentabilidad, para el turista para una mejor satisfacción de su vocación de ocio y tiempo libre y al estado para el logro de un desarrollo local en el que el sector del turismo podrá contribuir con mayor significación y posicionamiento.

## **Bibliografía general**

- ANDER EGG, Ezequiel. Desarrollo y Política Cultural. Edit. Círculo. Bs.As 1992
- BOULLON, Roberto. *La Planificación del espacio turístico*. Ed. Trillas. 1985. México.
- CANCLINI. M.G. Cultura y Globalización . Edit. NUEVA SOCIEDAD. Caracas 1996
- CAZES, George. *Investigación Pluridisciplinaria sobre el Turismo Urbano*. Revista Estudios Turísticos No 126. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. 1995.
- D'ARCIER B., HERAS G., ZABARTE M.E. Estrategias para Una Nueva Gestión Cultural. Edit Eudeba. Bs As. 1999
- DOMINGUEZ DE NAKAYAMA Lía. *Relevamiento Turístico: propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial*. ed CET . 1984. Santa Fe
- FERNÁNDEZ GUELL. José Miguel. *Planificación Estratégica de Ciudades*. Edit. Gustavo Gili.1997. Barcelona.
- GARCIA, Adolfo. *La planificación de centros turísticos de México*. 1992. Edit. Limusa. México.
- GOMEZ OREA Domingo. (1994). *Ordenación del Territorio, Una aproximación desde el medio físico*. ed Agrícola Española. Madrid.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN LOCAL ( 1974). *Planes de Ordenación Urbana*. Manual sobre su forma y contenido. Madrid.
- LENO CERRO Francisco. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Edit.MICYT. 1997. Madrid.
- LINCH, Kevin. *La planificación del sitio*. Edit. Gustavo Gili. Barcelona.
- MOLINA, Sergio y otro *Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica*. Editorial Trillas . 1987. México.
- OMT. MARCHENA GOMEZ, Manuel y otros. *Agenda para Planificadores Locales. Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Edit. OMT. 1999. Madrid.
- POZZECAMKI. Desarrollo de La Comunidad y sus Culturas.Edit. Humanitas. 1980
- PRISLEY, Gerda. Turismo Urbano. Compilación. Seminario Jornadas de Investigación – Acción en Turismo. CIT. Universidad Nacional de Mar del Plata. 2000. Mar del Plata. Argentina
- VAN DEN BERG y otros. *Gestión del Turismo en las Grandes Ciudades*. 1995.Revista Estudios Turísticos. Nº 126. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Madrid.

## **Bibliografía específica**

- BOULLON. Roberto. *Mar del Plata. Política, Estrategias y Acciones para el Desarrollo Turístico 1993-1995*.
- BUSTO, Lucila y otros. *Mar del Plata: política, estrategias y acciones para el desarrollo turístico*. ( 1992). Municipalidad de General Pueyrredón. Edit. Mimeo. Mar del Plata. 1992.

CACOPARDO, Fernando (Edit). *Mar del Plata, Ciudad e Historia*. Alianza Editorial UNMdP: 1999. Mar del Plata. Argentina

CACOPARDO, Fernando y otros. *Que hacer con la Extensión? Mar del Plata, Ciudad y Territorio Siglos XIX y XX*. Editorial Alianza S.A. 2001. Madrid.

CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS. FCEyS. UNMdP. CEPAL.. *Mar del Plata productiva: Diagnóstico y elementos para una propuesta de desarrollo local*. Edit. FCEyS. CEPAL. 2002. Mar del Plata.

DOSSO, Ricardo. *Unidades Ambientales Urbano-Turísticas de Mar del Plata: Apuntes para su identidad y caracterización*. Revista Aportes y Transferencias. Vol.2. Año 2001. CIT. FCEyS. UNMdP. Mar del Plata.

HERNAN, Carlos. *Imaginarios Urbanos*

MANTERO, Juan Carlos. ( 1996) *Mar del Plata: devenir urbano y desarrollo turístico*. Revista FACES. Mar del Plata. .

MANTOBANI, J.M. (2002). *Entre el Trigo y la Espuma*. FAUD. UNMdP. Mar del Plata.

ROCCATAGLIATA, Juan Alberto. *La ciudad y la región. Mar del Plata hacia una creciente irradiación regional*.

WILENSKY, Alberto. *Estudio de demanda potencial para la ciudad de Mar del Plata*.