



Modelos de Gestión Pública de Recursos Turísticos: el Caso Argentino

Diego Navarro; Gustavo Bassotti; Orlando Di Giuseppe; Héctor Navarro; Ana Seitz

Contacto: navarrodrzich@yahoo.com

Universidad del Aconcagua

Introducción

La investigación pretende formular un instrumento útil para el estudio de la gestión turística a fin de favorecer el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales. Para ello, es fundamental conocer y caracterizar los objetos de referencia de la promoción turística argentina (producción de atractivos turísticos) y proponer un modelo analítico de la gestión pública de los recursos turísticos.

Hipótesis

La promoción turística argentina, centrada en la comunicación de recursos naturales y culturales en su estado original, denota un “modelo discursivo” de gestión turística.

Metodología

La metodología de investigación conserva el enfoque cualitativo. Se parte de la identificación de los instrumentos de la producción turística (instalaciones turísticas) y luego se observan la materia prima que éstos facilitan. Análisis de la literatura turística (particularmente, textos descriptivos de la historia del turismo en el país) antes que del material promocional.

Resultados

Se avanzó en la conceptualización de “atractivo turístico”, se revisó la clasificación tradicional en hispanoamericana y se propuso un nuevo formato más inclusivo. Caracterizadas las instalaciones desde una perspectiva teórica, se procedió al relevamiento en la realidad argentina (segundo objetivo específico). En tanto estudio exploratorio, se prefirió la observación de fuentes de segunda mano para esta primera instancia. En este sentido, se analizaron cuatro obras sobre la historia del turismo en la Argentina y se construyó un cuadro evolutivo en el tiempo a partir de las variables: categoría, atractivo turístico asociado, localización y gestor.

Conclusiones

A esta altura del trabajo, no se puede arribar a conclusiones.