



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO

TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

“Turismo cultural-creativo.

**El Hotel Euzko Alkartasuna, patrimonio
de la cultura vasca en Macachín,
provincia de La Pampa, Argentina”**

Tesista: Sofía Menvielle

Directora: Lic. Romina Matamala

Co-Directora: Lic. Joselina Caruso

BAHÍA BLANCA, 2021

Agradecimientos

A mi familia por la posibilidad de estudiar lejos de casa y por su apoyo incondicional.

A la educación pública y a la UNS por la oportunidad.

A Romi y Jose, mis por ser mi guía en esta última etapa.

A Oscar, Tomás, Matías y demás informantes clave para la investigación.

A mis amigos de toda la vida y a los que encontré en este hermoso viaje.

A cada uno de ustedes, ¡infinitas gracias!

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: Abordaje metodológico	7
1.1. Planteamiento del problema	8
1.2. Objetivos.....	10
1.3. Hipótesis	10
1.4. Metodología y técnicas	10
CAPÍTULO II: Marco de referencia	13
2.1. Marco conceptual	14
2.1.1. El patrimonio y el turismo cultural.....	14
2.1.2. Turismo cultural-creativo o turismo naranja: definición y características	16
2.1.3. Organismos que promueven el turismo cultural-creativo.....	18
2.1.4. Hacia una nueva concepción de hotelería: ¿hoteles con identidad u hoteles culturales?.....	19
2.1.4.1. Hoteles con identidad en distintas escalas geográficas.....	20
2.2. Marco histórico.....	22
2.2.1. Breve reseña histórica de la cultura vasca	22
2.2.2. Proceso de inmigración vasca a nivel nacional y provincial	24
2.2.2.1. Conformación del centro vasco en Macachín.....	26
CAPÍTULO III: Análisis del área y tema de estudio	27
3.1. Macachín: breve caracterización histórica, geográfica y turística.....	28
3.2. Caso de estudio: el Hotel Euzko Alkartasuna	31
3.2.1. Elementos patrimoniales: características generales.....	32
3.2.2. Intervenciones patrimoniales	40
3.2.3. Los distintos usos del Hotel Euzko Alkartasuna en la actualidad	41
3.3. La valoración de la cultura vasca por parte de informantes clave	43
3.4. La visión de los residentes acerca del hotel y la cultura vasca.....	44
3.5. Caracterización del perfil del turista que visita el hotel	48

CAPÍTULO IV: A modo de diagnóstico.....	49
4.1. Diagnóstico integral.....	50
4.2. Matriz FODA.....	52
CAPÍTULO V: Lineamientos propositivos y reflexiones finales	54
5.1. Lineamientos propositivos.....	55
5.1.1. Programa 1: Política turística	55
5.1.2. Programa 2: Iniciativas culturales y participativas	57
5.2. Reflexiones finales	60
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Euskal Herria.....	22
Figura 2: Localización de Macachín, provincia de La Pampa	29
Figura 3: Localización del Hotel Euzko Alkartasuna.....	31
Figura 4: Fotografía presente en el Hotel Euzko Alkartasuna.....	32
Figura 5: Fotografía presente en el Hotel Euzko Alkartasuna referente a la ampliación	33
Figura 6: Concesionarios y encargados del Hotel Euzko Alkartasuna.....	34
Figura 7: Hotel Euzko Alkartasuna, año 2021	34
Figura 8: Semana Nacional Vasca 2015.....	35
Figura 9: Interior de Iñaki Restaurante.....	37
Figura 10: Retoño del árbol de Guernica.....	38
Figura 11: Fotografía aérea de la Asociación Unión Vasca	39
Figura 12: Usos de las instalaciones del Centro Vasco Euzko Alkartasuna	45
Figura 13: Elementos relacionados con el Centro Vasco Euzko Alkartasuna	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I: Diferencias entre turismo creativo y turismo cultural.....	18
Tabla II: Catálogo patrimonial	39
Tabla III: Usos sociales en el hotel y restaurante vasco	41
Tabla IV: Usos sociales de la Asociación Unión Vasca.....	42
Tabla V: Opiniones de los encuestados acerca del legado de la cultura vasca	47
Tabla VI: Matriz FODA	52

Introducción

La cultura y el patrimonio actúan como motivadores del desplazamiento de personas y son factores de atracción turística, permitiendo fortalecer la oferta cultural del destino que se visita. A través de los intercambios culturales de habilidades y conocimiento entre visitante y residente se refleja la identidad del sitio y la de su comunidad. De este modo, adquiere importancia el turismo cultural-creativo, una modalidad que busca revalorizar el interés cultural desde un enfoque de creatividad en los distintos productos del espacio receptor. A su vez, implica la participación del visitante en las actividades que ofrece el destino y en los atractivos que integran su oferta turística. En este sentido, permite la interacción de diferentes culturas/identidades entre la sociedad visitada y quienes la visitan, dando lugar al papel relevante que cobra el patrimonio cultural.

El turismo cultural-creativo convierte a la cultura en uno de los ejes del viaje, siendo en la mayoría de los casos, la motivación principal por la cual se elige un destino. En el tema analizado, cobran importancia los atributos que posee la cultura vasca, los cuales pueden convertirse en motivo de desplazamiento con el fin de vivenciar una experiencia auténtica y comprometida con la cultura local.

La Argentina ha sido uno de los principales destinos que los vascos han elegido para migrar. Actualmente, la colectividad vasca es una de las diásporas de mayor relevancia y dimensión en el país, acoge 87 centros vascos de los 195 distribuidos por el mundo. La localidad de Macachín, localizada en el centro-este de la provincia de La Pampa, es uno de los pueblos que los inmigrantes vascos eligieron para habitar y rehacer su vida. Esta situación propició la conformación del Centro Vasco Euzko Alkartasuna, una institución que obra por la comunidad con el propósito de brindar un espacio en el cual residentes y visitantes pueden desarrollar actividades afianzando un conjunto de valores característicos del mundo vasco.

Estos valores con rasgos distintivos se encuentran en la Asociación Unión Vasca Euzko Alkartasuna con demostraciones presentes en la danza, la gastronomía, la música, el deporte y la lengua Euskera. Por su gran tamaño físico, el Centro posee múltiples funcionalidades y usos sociales, como así también, ofrece actividades recreativas, culturales, sociales y deportivas en sus diferentes espacios. El Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaki Restaurante conservan parte de la historia de los orígenes del pueblo y, como resultado del reconocimiento turístico y social de la comunidad, conforman el patrimonio cultural vasco de la localidad.

En este marco, la presente investigación propone analizar las características diferenciales del “Hotel Euzko Alkartasuna” que lo convierten en un atractivo turístico singular desde la perspectiva del turismo cultural-creativo. La tesina se estructura en cinco capítulos. El **Capítulo I** contiene los aspectos metodológicos que guían el estudio; comprende el planteamiento del problema, los objetivos, la hipótesis y las técnicas utilizadas para la recolección de datos primarios. Seguidamente, en el **Capítulo II** se establece el marco de referencia que contiene el marco conceptual, se describen los conceptos centrales que sustentan la investigación y el marco histórico, se desarrolla una breve reseña sobre los orígenes de la cultura vasca y el proceso de inmigración vasca en Argentina. El **Capítulo III** presenta una sintética caracterización histórica, geográfica y turística de la localidad de Macachín y un análisis más profundo de la temática de estudio que comprende la descripción del Hotel Euzko Alkartasuna, sus elementos e intervenciones patrimoniales, así como los posibles usos sociales en el mismo. Además, se incluyen los resultados de las entrevistas realizadas a informantes clave sobre la potencialidad de la cultura vasca como recurso turístico de la localidad. El **Capítulo IV** expone el diagnóstico y la matriz FODA. Por último, en el **Capítulo V** se presentan lineamientos propositivos y las reflexiones finales que surgen como resultado de la investigación realizada.

Capítulo I: Abordaje metodológico



1.1. Planteamiento del problema

El patrimonio es un concepto que alude a la historia y se enlaza con la esencia misma de la cultura, es decir que el patrimonio cultural es fundamental en la gestión de la identidad de una determinada sociedad ya que es el referente simbólico de los valores y creencias de esa comunidad (Crespí y Planells Costa, 2003). La sociedad produce elementos y manifestaciones tangibles e intangibles que constituyen el patrimonio cultural de un espacio geográfico y que es resultado de un proceso histórico en el que la reproducción de las ideas y del material es un factor que identifica y permite diferenciar a un sitio de otros (Fernández et al., 2015).

En este sentido, el concepto de patrimonio está estrechamente vinculado con el de turismo ya que, cuando se realiza un viaje, el patrimonio cultural permite conocer y comprender determinados aspectos de la comunidad y del lugar visitado, como sus costumbres, su forma de pensar, su gastronomía, en definitiva, su estilo de vida. A este tipo de turismo se lo denomina turismo cultural y es practicado por aquellas personas que buscan comprender, experimentar y conocer otras formas de cultura (Recuero *et al.*, 2016).

Como sucede en otras actividades, el turismo cultural también evoluciona y va mutando hacia nuevas formas de practicar turismo. En este caso, el concepto de creatividad junto al de identidad asumen un rol protagónico para la actividad turística. A partir de esta relación, surge la modalidad turismo cultural-creativo, también conocido como turismo naranja. Este último se define como "... un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas" (Tresserras, 2013: 3). En esta línea, las industrias culturales locales cumplen un rol fundamental en el desarrollo de las personas, sociedades y naciones, "... son portadoras de identidad, valores y significados, generadoras de innovación y empleo" (Convenio Andrés Bello, 2007). Por lo tanto, la identidad cultural puede ser considerada como un factor de atracción para el desarrollo de prácticas turístico-creativas.

Dentro de las nuevas modalidades de turismo, el turismo cultural creativo emerge como respuesta a los requerimientos de una demanda más informada, exigente y activa. Condicionados por los cambios sociales, culturales y económicos, cada vez más turistas buscan involucrarse con el lugar que visitan, sentirse parte de su cultura y de su población. En este contexto, la identidad cultural asume un papel esencial en los distintos subsectores que componen a la actividad turística, entre ellos el sector alojamiento. La evolución del

turismo se ve reflejada en la constante innovación hotelera, la cual experimenta y manifiesta cambios tendientes a mejorar la experiencia de los usuarios y a satisfacer los gustos y necesidades de la demanda. Actualmente, las nuevas tipologías de alojamiento, como glamping, capsule hotel, casas rurales, ecohoteles, hoteles temáticos y hoteles culturales, han cobrado relevancia dentro de la oferta de alojamiento turístico. Generalmente, cuando se visita un lugar existe un cierto tipo de contacto con la cultura receptora. En el caso particular de los hoteles culturales, esta relación aumenta cuando utilizan como recurso turístico al patrimonio, las costumbres y las actividades que se desarrollen en el respectivo hotel (Toselli, 2003).

A su vez, el turismo es un fenómeno social y una actividad económica de gran relevancia que permite a las pequeñas localidades dinamizar sus economías. En este marco, la presente tesina pretende analizar las características que convierten al “Hotel Euzko Alkartasuna” en un atractivo turístico singular desde la perspectiva del turismo cultural-creativo como parte del patrimonio cultural vasco de Macachín. Asimismo, en el desarrollo de la investigación, se identifican los usos sociales del patrimonio definidos por Querol (2010): uso de vida, uso de trabajo y uso de visita, dando cuenta que la comunidad de Macachín utiliza regularmente las instalaciones del centro vasco y posee un contacto estrecho y frecuente con el hotel.

Son innumerables los casos de creación y conformación de pueblos y ciudades a partir de una corriente inmigratoria, así como también la revitalización de las mismas; Macachín no escapa de este proceso. La identidad de la comunidad vasca se fue configurando a partir de distintos elementos históricos, geográficos, territoriales, políticos, económicos, sociales, lingüísticos, étnicos y religiosos. De este modo, existe una subcultura con tradiciones, forma de vida específica y con diversos patrones de comportamiento dentro de la localidad.

Macachín tiene dos épocas: un antes y un después a la creación de la Asociación Unión Vasca (Pinillos, 2000). En este contexto histórico, el Hotel Euzko Alkartasuna, perteneciente al centro vasco Euzko Alkartasuna, se convierte en uno de los complejos de la cultura vasca más importante de Sudamérica, por su infraestructura y sus dimensiones. La construcción del hotel fue parte del importantísimo despliegue que tuvo Macachín en la zona, a su vez fue promotor y organizador de las romerías vascas que se realizaban en el país. Con el paso del tiempo, el centro vasco fue creciendo y ha sido sede de eventos que son, actualmente, reconocidos y declarados de interés nacional; por ejemplo, la Semana

Nacional Vasca 2015 y el Mundial de Mus 2018, a los cuales asistieron vascos de distintas partes del mundo y de Argentina. Además de estos eventos, se realizan periódicamente torneos nacionales de mus, campeonatos provinciales y nacionales de pelota a paleta vasca y encuentros de danzas vascas. También, cuenta con un hipódromo en el cual se organizan encuentros nacionales de hípicas.

Por lo expuesto, se plantean los siguientes interrogantes: ¿La comunidad de Macachín se identifica con el patrimonio cultural vasco? ¿Las actividades turístico-recreativas propuestas por la Asociación Unión Vasca son referentes de la cultura vasca? ¿Es posible promover el turismo cultural creativo en el Hotel Euzko Alkartasuna?

1.2. Objetivos

Objetivo General:

Analizar las características del “Hotel Euzko Alkartasuna” como patrimonio cultural vasco desde la perspectiva del turismo cultural-creativo en Macachín, provincia de La Pampa.

Objetivos Específicos:

- Identificar los criterios de valoración del Hotel Euzko Alkartasuna.
- Explorar sobre la nueva hotelería en diferentes escalas: internacional, regional, nacional y su aplicación en el ámbito local.
- Conocer la visión de los informantes clave respecto al Hotel y la cultura vasca.
- Demostrar el grado de identificación de la comunidad de Macachín con la colectividad vasca.
- Elaborar lineamientos propositivos que permitan potenciar el uso del Hotel en materia de turismo, recreación y cultura.

1.3. Hipótesis

Los criterios de valoración del Hotel Euzko Alkartasuna y el reconocimiento turístico y social de la cultura vasca por parte de la comunidad, así como, el interés de los actores sociales tanto provinciales como locales, propician el desarrollo del turismo cultural creativo en Macachín, provincia de La Pampa.

1.4. Metodología y técnicas

El alcance de la investigación es exploratorio y explicativo. Con este fin, se plantea un alcance exploratorio, el cual tiene como finalidad examinar un tema o problema poco

estudiado o que no se ha abordado anteriormente (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014). Con relación a lo mencionado, en el área bajo análisis, no existen investigaciones académicas previas en materia de turismo y recreación ni estudios inherentes a la esfera cultural. Asimismo, el alcance explicativo centra "... su interés en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables" (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014: 95). En este sentido, el alcance de la investigación adquiere este carácter debido a que enfatiza en las causalidades de la configuración patrimonial de la cultura vasca en Macachín (La Pampa) e indaga los procesos de valoración de la comunidad local.

La investigación posee un enfoque cuantitativo, el cual responde a "... la realidad del fenómeno y los eventos que la rodean a través de sus manifestaciones. Para entender cada realidad (el porqué de las cosas), es necesario registrar y analizar dichos eventos". Asimismo, "... usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías" (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2006: 5).

Las técnicas de recopilación de datos permitieron realizar un abordaje integral. Se aplicaron encuestas dirigidas a residentes de la localidad de Macachín, a partir de cuestionarios estructurados durante los meses de noviembre y diciembre de 2020, con el objetivo de conocer la valoración que tienen sobre el Hotel Euzko Alkartasuna y la cultura vasca. El cuestionario fue diseñado a través de los formularios de Google y ejecutado vía Internet a partir de las redes sociales Facebook e Instagram, con preguntas de hecho, abiertas, cerradas y categorizadas o de elección múltiple (Ander-Egg, 1986). Se realizó un muestreo aleatorio, sin una segmentación particular que permitió aplicar 112 encuestas.

Además, se realizaron entrevistas de carácter estructurado a los principales actores sociales vinculados con el tema en el ámbito local en forma sincrónica (presencial y a través de plataforma virtual Zoom), considerando como criterio de selección el rol que desempeñan en los diferentes espacios que representan. Se realizaron un total de cuatro entrevistas. La primera a la Subsecretaria de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo de La Pampa; una segunda al Intendente del Municipio de Macachín; otra al gerente del Hotel Euzko Alkartasuna y, por último, una entrevista a un miembro responsable de la comisión directiva del centro vasco.

Además, se consultó bibliografía general y específica, así como artículos académico-científicos, noticias periodísticas, tesis y páginas web relacionados con el tema de estudio.

Una vez recolectada la información se elaboró cartografía pertinente a la localización del área de estudio y otros elementos de interés. A su vez, para conocer las características y el valor patrimonial del Hotel se diseñó un catálogo e inventario patrimonial, como herramienta para desarrollar los intereses o criterios de valoración del bien (histórico-cultural; artístico- arquitectónico; paisajístico-urbanístico). Luego del análisis de los datos obtenidos, se realizó un diagnóstico integral. Finalmente, se plantearon lineamientos propositivos con el fin de potenciar el uso del Hotel en materia de turismo, recreación y cultura, destacando la importancia de la cultura vasca en la localidad y en la zona de influencia.

Capítulo II: Marco de referencia



2.1. Marco conceptual

2.1.1. El patrimonio y el turismo cultural

El patrimonio se presenta como el producto de un proceso histórico y por ende dinámico, el cual puede dar lugar a múltiples funcionalidades o usos según los objetivos perseguidos por la sociedad. Este proceso patrimonial tanto histórico como dinámico se va conformando por la interacción entre distintos actores sociales y las diferentes situaciones que ocurren y que obligan a tener una visión a largo plazo, tanto en la concepción como en el uso de los recursos (Fernández et al., 2015).

El patrimonio posee tres valores asociados: el valor formal (cualidades propias del bien que son perceptibles a los sentidos de las personas), el valor simbólico-significativo (valoración o apreciación social del bien a lo largo del tiempo) y el valor de uso (sobre la base de Ballart, 1997). El valor de uso hace referencia a la utilidad del bien y a la capacidad de este para satisfacer necesidades. En este sentido, Querol (2010) agrega que, dentro del valor de uso, existen tres tipos de usos sociales: (i) uso de visita, (ii) uso de vida y (iii) uso de trabajo. Se entiende por ello:

- i. Uso de visita: se vincula con la utilización del patrimonio como recurso básico para la práctica de actividades turísticas y recreativas, es el uso turístico por excelencia. Se puede visitar el patrimonio en cuestión y lograr o no un conocimiento, como así también se puede o tal vez no disfrutar.
- ii. Uso de vida: es el uso que hacen las personas que viven en el interior o junto al patrimonio.
- iii. Uso de trabajo: este uso lo manifiestan quienes subsisten gracias al patrimonio cultural, ya sea en la gestión, investigación, confección, producción o elaboración de algún producto artesanal, entre otros.

No obstante, aunque el patrimonio es concebido como la materia prima que propicia el desarrollo de la actividad de ocio (Conti y Cravero, 2010), el bien patrimonial por sí mismo no constituye un atractivo turístico. Por esta razón, el vínculo patrimonio-turismo se analiza desde una perspectiva integral, destacando la configuración como recurso turístico cultural, la atraktividad a partir de su valorización, los impactos socioculturales y la gestión turística patrimonial.

A su vez, es importante el rol de la sociedad para definir al patrimonio dentro de esta perspectiva, donde el objeto se define como mensajero cultural y el sujeto como promotor de la valoración de dicho legado (Gutiérrez, 2014). La relación existente entre “... objeto-sujeto variará a lo largo de la historia, determinando de acuerdo al contexto social, cultural, económico y político imperante, una mayor o menor valoración o interés por parte de la población respecto del conjunto de recursos heredados” (Pinassi, 2018: 74). Esta valoración, se manifiesta cuando el sujeto se identifica con un objeto; es decir, es una construcción social que permite diferenciar una sociedad de otra. En este sentido, Bákula (2000) afirma:

“La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural [...] Es la sociedad la que, a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad” (Bákula, 2000:169).

Desde la perspectiva integral, el sentido patrimonial toma protagonismo cuando se activa el trinomio: componente cultural-hombre-valoración (Pinassi, 2016). Este enfoque es el que permite indagar sobre la relación entre el patrimonio cultural y la sociedad.

En relación con el patrimonio y su uso, la “Carta del turismo Cultural” publicada por el ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios) en 1976, expresa que el turismo cultural es:

“... aquella forma de turismo que tiene por objeto el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Contribuye – para satisfacer sus propios fines – a su mantenimiento y su protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada” (ICOMOS, 1976: 20).

Asimismo, Richards (1996) planteó una definición conceptual que se basa en el modo en que los turistas consumen la cultura. El autor señala que en la cultura podemos ver lo que piensan, hacen y fabrican las personas. Por lo tanto, el concepto de cultura se compone de procesos y de los productos de esos procesos. Así, el turismo cultural se define 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 (Richards, 1996). En virtud de ello, el turismo cultural incluye lo relacionado con los artefactos del pasado, y también, lo relacionado con la producción cultural contemporánea.

Por otra parte, el turismo cultural contemporáneo es una actividad turística en sí misma, en la cual la principal motivación del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir tanto los productos tangibles como los atractivos intangibles de la cultura de un destino (Richards, 2018). Como consecuencia de lo expuesto, es necesario reconocer la transversalidad de la cultura. En la actualidad, los turistas culturales consumen arte, arquitectura, gastronomía, patrimonio, música, literatura y otros productos de las industrias culturales y creativas de las ciudades, pero también buscan experimentar el conjunto único de las normas, valores, prácticas y memorias históricas de las diversas personas que habitan la ciudad (Tresserras, 2021).

El siglo XX evidenció cambios contundentes y de gran importancia para el Turismo. Tanto el turismo masivo como el turismo cultural tuvieron su auge en dicho periodo (Sosa, 2017). Asimismo, el turismo es inclusivo e intenta abarcar las distintas motivaciones que demandan los diferentes tipos de turistas. De este modo, surgen nuevas modalidades de turismo, nuevas formas de viajar y de involucrarse con los destinos como es el caso del turismo cultural-creativo o naranja. Sumado a esto, las consecuencias de la pandemia del COVID-19 ofrecen una oportunidad para efectuar cambios, repensar la actividad turística y hacer énfasis en destinos de cercanías con la participación de las comunidades locales.

2.1.2. Turismo cultural-creativo o turismo naranja: definición y características

El concepto de industrias culturales ha tenido, a lo largo del tiempo, una evolución en cuanto a su significado y denominación, debido a que supone un conjunto más amplio de actividades. En la actualidad, también se las puede conocer como industrias creativas o industrias de contenidos.

Para ello, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2009) define a la industria cultural y creativa como aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. Por su parte, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), incluye en el concepto a los servicios creativos¹ y a los deportes (Buitrago y Duque Márquez, 2013). Asimismo, Lebrún Aspíllaga (2014), agrega que la creatividad humana es la variable que permite a dichos bienes, servicios y actividades llegar al público y al mercado.

¹Los servicios creativos contemplan: la arquitectura, la cultura, la recreación, la publicidad, la investigación y el desarrollo (Buitrago y Duque Márquez, 2013).

El color naranja se identifica con las industrias culturales-creativas y todo lo relacionado con ellas (Buitrago y Duque Márquez, 2013). Los artistas de ciertas religiones del mundo, tradiciones occidentales y de pueblos nativos de Latinoamérica, asociaban ese color con términos como identidad, creatividad y cultura. De esta manera, en el marco del XII Congreso Mundial de la Organización de Ciudades Patrimonio Mundial celebrado en Oaxaca, México en 2013, al turismo cultural y al turismo creativo se lo relaciona con el turismo naranja.

A partir de la fusión turismo-cultura-creatividad, surge el turismo cultural-creativo, una modalidad turística que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación e interacción en el destino, valorizando el patrimonio cultural local y, también, contribuye a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad (Richards y Raymond, 2000 y Tresserras, 2021). Este turismo es definido como “... el viaje enfocado en una comprometida y auténtica experiencia, con aprendizaje participativo en las artes, patrimonio o aspectos específicos de un lugar” (UNESCO, 2006: 3).

A su vez, distintos autores (Richards y Raymond, 2000; Richards y Wilson, 2006; UNESCO, 2006 y Tan *et al.*, 2014) coinciden en describir al turismo creativo como la evolución del turismo cultural. Por su similitud e interrelación, se confunden los conceptos de turismo creativo o naranja con turismo cultural. Para ello, Ohrisdka-Olson (2010) expone algunas de sus diferencias (Tabla I). La autora califica al turismo cultural como una modalidad estática, sin lugar a la espontaneidad donde el turista cultural es visto como un nuevo turista masivo con motivaciones culturales. Por el contrario, el turismo creativo es una actividad en continuo desarrollo y se dirige hacia un público limitado y específico.

Tabla I

Diferencias entre turismo creativo y turismo cultural

	TURISMO CREATIVO	TURISMO CULTURAL
Formación del producto	Basado sobre un capital local creativo en constante desarrollo	Basado sobre recursos culturales existentes con características preestablecidas
Mercado	Público en grupos reducidos con intereses propios y específicos	Público en grupos más grandes con intereses culturales generales
Beneficios para el patrimonio cultural	Responsabilidad en mano de los visitantes. Existe una participación menos destructiva	El patrimonio cultural corre peligro
Sostenibilidad	Basado sobre un proceso de creación continua, tendencia a ser sostenible en el tiempo	Basado sobre recursos no renovables, por ende, sostenibilidad limitada
Beneficios para las comunidades locales	Altos beneficios: ingresos directos, fomento del desarrollo de industrias creativas, innovación	Limitada interacción con población local y beneficios sujetos a los ingresos

Fuente: Menvielle, S. sobre la base de Ohrisdka-Olson, R., 2010.

A partir de lo expuesto, se observa que el elemento central del turismo cultural-creativo es la participación tanto del visitante como de la comunidad local y, también, la coparticipación de los diferentes actores que intervienen ya sea para aprender sobre la cultura, relacionarse con la población local o conocer el destino de una forma más activa. Como resultado, se produce un intercambio cultural de habilidades y conocimientos que permite la construcción de una identidad colectiva. A su vez, se valoran los recursos que identifican a cada lugar y que generan la necesidad de desplazamiento para experimentarlos en ese lugar específico y único (Richards, 2003; Ávila Bercial y Barrado Timón, 2005; Osorio García, 2010; Marques, 2012; Pinassi, 2018). Asimismo, tanto la búsqueda de una experiencia a través de la vivencia como la participación y/o compromiso con la cultura local son características de un posible perfil genérico del visitante creativo, quien busca generar un crecimiento y aprendizaje personal en cada visita (Tan *et al.*, 2014; Pinassi, 2018).

2.1.3. Organismos que promueven el turismo cultural-creativo

Existen diferentes organismos tanto a nivel internacional como nacional que promueven el turismo creativo. En cuanto a los organismos internacionales, la UNESCO creó en el 2004 la Red de Ciudades Creativas dividida en siete grupos: artesanía y artes populares, artes

digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música (UNESCO, 2006); formada actualmente por 180 ciudades que promueven el turismo cultural creativo como una experiencia auténtica que incentiva el entendimiento de aspectos específicos de la cultura de un lugar.

Asimismo, existen otros organismos a nivel internacional como la Red de Turismo Creativo (Creative Tourism Network) creada en el 2010 durante la Conferencia Internacional sobre Turismo Creativo. Las ciudades creativas reciben el sello Creative Friendly Destinations®, entre ellas se señalan: Bangkok, Ibiza, Barcelona, Medellín, Valparaíso, Quito, Uruvala. En Centroamérica, este tipo de turismo se ha consolidado para situarse entre las mejores experiencias turísticas pues constituye una oportunidad para acercarse a la cultura, identidad y gastronomía de las naciones (Tresserras, 2015).

A nivel nacional, la Dirección Nacional de Economía Creativa y Naranja es una entidad dependiente de la Subsecretaría de Economía Creativa, que fomenta el desarrollo de actividades económicas asociadas a la cultura y, también, promueve el desarrollo de las industrias vinculadas con la cultura y creatividad con sentido inclusivo y federal. En ese marco, y a través de la Resolución MC N° 117/16, en 2016, el Ministerio de Cultura creó el programa Red de Ciudades Creativas (RCC) con 54 Ciudades Creativas de las seis regiones turísticas del país (Norte, Litoral, Cuyo, Centro, Patagonia y Buenos Aires), con el fin de impulsar el desarrollo de los ecosistemas creativos locales a través del fortalecimiento de las industrias del sector. No obstante, la Red de Ciudades de Nación no hace referencia a la modalidad de turismo cultural creativo concretamente ni demuestra estar en relación con la Red de Ciudades Creativas de UNESCO. Además, desde el año 2017 no se actualizan los contenidos en la página web del Ministerio de Cultura ni se incorpora nueva información al respecto. Asimismo, las herramientas propuestas en relación con el turismo están enfocadas en el turismo cultural tradicional y no en las posibilidades de un turismo con fines participativos como lo es el turismo cultural creativo.

2.1.4. Hacia una nueva concepción de hotelería: ¿hoteles con identidad u hoteles culturales?

Uno de los componentes fundamentales de la planta turística es el alojamiento, definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2014) como aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios. La relación que existe entre turismo y alojamiento es muy

estrecha. En este sentido, Tschrister (2018) afirma que sin turismo no serían necesarios los establecimientos hoteleros, y sin hoteles, faltaría en la planta turística la prestación de un servicio fundamental para la actividad. Muchas veces es el mismo hotel una atracción para el turista, pudiendo pasar el total de su estadía sin salir del establecimiento (Genise, 2010).

La evolución del turismo es trascendental en comparación con los inicios de la actividad y esto se ve reflejado en los cambios importantes que han atravesado los alojamientos turísticos. Continuamente van surgiendo en el mundo nuevas modalidades de alojamiento con características distintivas y originales (Meyer, 2008). Las necesidades y deseos de los viajeros cambian constantemente, y es por eso que la mejora continua y la búsqueda de alternativas por parte de los prestadores de servicios resultan imprescindibles.

El turismo cultural-creativo es una tendencia que paulatinamente va creciendo en múltiples partes del mundo y, dentro de los subsectores que componen a la actividad turística, el alojamiento cumple un rol fundamental. Con el fin de afianzar la idiosincrasia y conservar la cultura local se suman los hoteles culturales, concebidos como aquellos “... establecimientos hoteleros que buscan su posicionamiento y diferenciación a través de su vinculación con el territorio y su identidad cultural” (Tresserras, 2019: 38). En general, contienen información común sobre la localidad donde se encuentran emplazados, dan a conocer acerca de su cultura, su historia, sus costumbres y tradiciones, su gastronomía típica, e incitan a crear un vínculo más cercano con las comunidades locales (Alcorta *et al.*, 2009).

Entre sus efectos positivos, los hoteles culturales son una de las principales fuentes de empleo relacionadas con el turismo cultural-creativo, ya que, generalmente cuentan con servicios o actividades culturales como, por ejemplo: pinturas, esculturas, fotografías, arquitectura, comidas representativas del lugar y de la cultura, entidad escénica, entre otros. Por lo que, este tipo de hoteles apuesta por el patrimonio (hoteles con historia), la creatividad (hoteles de arte, artesanía y diseño) o la gastronomía (hoteles gastronómicos). Es a través de un hotel cultural que se impulsa la economía local y el desarrollo de proyectos culturales (Basanta, 2010).

2.1.4.1. Hoteles con identidad en distintas escalas geográficas

Existen distintos tipos de hoteles culturales en el mundo que centran su estrategia de posicionamiento en algún aspecto referente a lo cultural. En el ámbito internacional, se encuentra la cadena Iberostar con hoteles distribuidos por el mundo (Iberostar Heritage

Casa Granda o Iberostar Heritage Imperial en Santiago de Cuba, Cuba, Iberostar HercegNovi en Herceg Novi o Hotel Iberostar Heritage Grand Perast en Perast, Montenegro), el Hotel Mandarin Oriental o Hotel Occidental Praha Wilson en Praga, República Checa, el Hotel Crillon o Le Grand Contrôle de Airelles en París, Francia. También, en España, el Grupo El Fuerte brinda lo más autóctono de cada región en sus hoteles, con el fin de mantener y desarrollar el entorno cultural del lugar.

Con respecto a la escala regional, en Latinoamérica también se encuentran hoteles culturales que ofrecen experiencias auténticas relacionadas con el turismo cultural creativo. Por ejemplo, Belmond Palacio Nazarenas en Cusco, Perú, Geejam Hotel en Puerto Antonio, Jamaica y Casa Gangotena en Quito, Ecuador. En Argentina, se identifican diferentes ejemplos de este tipo de hoteles. En la ciudad de Buenos Aires, el Home Hotel tiene una fuerte identidad de diseño, el DesingcE posee detalles de lujo diseñados por el arquitecto Carlos Thays y en su sótano un bar para que los huéspedes disfruten de cócteles y degusten vinos elaborados en el país, el Faena Hotel fusiona elementos de arte, arquitectura, cultura y entretenimiento realizado por artistas locales, el Algodón Mansión, convertido en un hotel con historia y fuente de creatividad o el Moreno Hotel, un edificio histórico restaurado donde predomina intacta la arquitectura Art Deco. También, se observan hoteles culturales en el centro del país, como El Colibrí en Córdoba que ofrece experiencias culinarias y diferentes actividades para los huéspedes. Asimismo, en Salta, Kkala Hotel contiene una arquitectura singular decorada con textiles y materiales tradicionales de la provincia. Por su parte, el sur argentino también posee establecimientos característicos: Las Balsas en Villa La Angostura con una especial degustación de vinos argentinos o El Casco Art Hotel en Bariloche con más de 500 obras de arte, pinturas y esculturas de distintos artistas argentinos.

En lo que respecta a la cultura vasca, debido a los acontecimientos históricos sucedidos y sus consecuencias, la inmigración, provocó el éxodo de miles de vascos que se instalaron en distintas partes del mundo. Por esta razón, se pueden encontrar hoteles y establecimientos gastronómicos referentes a los vascos distribuidos a lo largo del país. Si bien dichos espacios cuentan con nombres vascos y están ambientados con su cultura, pertenecen a personas con ascendencia vasca, pero se gestionan de manera privada y no se encuentran formalizados ante el Gobierno Vasco.

En la localidad de Macachín, provincia de La Pampa, se encuentra el Hotel Euzko Alkartasuna que tiene la particularidad de estar asociado a un centro vasco reconocido, lo

cual representa una oportunidad para transmitir y difundir la tradición y cultura vasca a través de la creación de bienes y servicios culturales-creativos. De este modo, desde la perspectiva de una nueva hotelería, el hotel mencionado es un ejemplo de ello. La comunidad vasca en Macachín tiene una fuerte impronta y, como institución cultural y recreativa, ofrece productos y servicios que permiten conocer la cultura vasca, compartiendo íconos y símbolos que la representan e identifican; entre ellos: la comida, el deporte, el idioma, el entretenimiento/esparcimiento y la danza.

2.2. Marco histórico

2.2.1. Breve reseña histórica de la cultura vasca

El nombre de Euskal Herria hace referencia a todo el País Vasco en su conjunto (Figura 1) y significa Euskal: vasco y Herria: pueblo/país. Las siete provincias son parte de Euskal Herria. Hacia el norte, del lado francés se encuentran las provincias de Laburdi, Baja Navarra y Zuberoa. En tanto, al sur en territorio español se hallan Alava, Guipúzcoa, Vizcaya y Navarra.

Figura 1

Mapa de Euskal Herria



Fuente: Menvielle, S., 2021 sobre la base de SAS Planet, 2021.

El origen de los vascos sigue siendo fuente de muchas hipótesis. Aunque la identidad actual del pueblo vasco es fruto de varios siglos de historia e inciertos orígenes, la

particularidad de poseer una lengua aislada y sin relación con sus vecinos ha llevado a una búsqueda y estudio constante sobre su concepción, su lengua y sus hechos culturales. Con el fin de invitar a la lectura y al conocimiento de la colectividad vasca, a continuación, se presenta una breve síntesis histórica.

Los registros de los primeros habitantes del País Vasco datan de la Prehistoria. Diferentes tribus, entre ellas autrigón, caristio, berón, várdulo y vascón poblaron el territorio (Bilbao, 1998).

También hubo una influencia romana que ocupó el territorio vasco siguiendo, fundamentalmente, criterios económicos, alimenticios y de estrategia militar. La romanización resultó superficial, al punto que, caído el gigantesco imperio su huella desapareció junto con los invasores.

La Edad Media fue una época rica en acontecimientos para el País Vasco. A partir del siglo XII, la costa vasca (Laburdi, Guipúzcoa y Vizcaya) gozó de un notable auge en la pesca y en el transporte marítimo de mercancías puesto que la lana de Castilla y el hierro de las minas se exportaban por los puertos vascos, además, eran la puerta de entrada de las telas y tejidos procedentes de Europa (Instituto Cultural Vasco, 1990). No obstante, los puertos vascos no fueron solamente un lugar de intercambio económico, sino también un punto de partida de numerosas expediciones. Sin embargo, lo que provocó un cambio sustancial en la región fue el auge del Camino de Santiago. La ruta jacobea de peregrinación a Compostela impulsó la economía, ya que fue un lugar de paso obligado de mercancías y peregrinos, y formó parte de la revolución urbana debido al florecimiento de villas y ciudades (Instituto Cultural Vasco, 1990).

A principios de la Edad Moderna, los conflictos foráneos ajenos al país incidieron sobre el pueblo vasco. Luego de la Revolución Francesa en 1789, el autogobierno de las provincias vascas del norte tuvo su fin.

En el siglo XIX, el sistema foral junto con el sistema constitucional español entró en colisión y como consecuencia se produjeron las Guerras Carlistas. La proclamación de la primera República, tras la crisis de 1868 con la expulsión de Isabel II, desestabilizó la situación del País Vasco, expresándose en una nueva Guerra Carlista en 1876. A finales del siglo XIX, en el País Vasco comenzaba la crisis de la modernidad vasca, es decir, la colisión de los viejos órdenes culturales con las nuevas relaciones económicas, políticas y sociales. Sucedieron dos procesos políticos y sociales de gran magnitud: el nacimiento

del nacionalismo vasco, cargado del sentimiento de identidad vasca ferviente en las áreas rurales, y el movimiento obrero, capitalizado por el socialismo en las ciudades y zonas industriales. Fue el pacto de estas dos sensibilidades lo que posibilitó la puesta en marcha del primer Estatuto de Autonomía del País Vasco en 1936, que derivó en la formación del primer Gobierno Vasco en medio de la Guerra Civil Española (Bilbao, 1998).

Finalmente, en 1979 se aprueba el Estatuto de Autonomía del País Vasco o también llamado “Estatuto de Guernica”, aún vigente (Estatuto de Autonomía para el País Vasco 1979). El mismo otorga la capacidad de autogobierno como Comunidad Autónoma al País Vasco y ratifica su autonomía política y financiera, como así también ciertas competencias legislativas y ejecutivas, lo cual le concede libertad en aspectos esenciales como seguridad ciudadana, educación, sanidad, organización territorial interna, tributaria y fiscal, entre otros.

En la actualidad, dentro del Estado Español bajo la denominación de País Vasco o Euskadi, el pueblo vasco se constituye en Comunidad Autónoma, manteniendo a las tres provincias que la conforman (Álava, Guipúzcoa y Vizcaya) con sus derechos forales. Por otra parte, las tres provincias que históricamente conformaron el País Vasco del Norte o Iparralde: Laburdi, Baja Navarra y Zuberoa junto con el Bearne, forman parte de la Comunidad de Aglomeración País Vasco desde el 2017. Asimismo, en 2011 se formó la Euroregión Nueva Aquitania, Euskadi y Navarra que bajo el lema “... tres regiones, dos países, un territorio” generaron un espacio común de cooperación (Instituto Cultural Vasco, 1990).

2.2.2. Proceso de inmigración vasca a nivel nacional y provincial

Las causas de la inmigración vasca se remontan a las condiciones políticas y económicas de la época. Entre finales de 1800 y principios de 1900, las luchas entre el absolutismo y el liberalismo, y de estos con las autonomías regionales, crearon condiciones de inestabilidad, tensiones sociales y graves conflictos políticos. La sucesión de huelgas y atentados marcaron una realidad de crisis y pobreza. La proclamación de la República Socialista y luego, la instauración de la Segunda República abrieron paso, en 1939, a 40 años de dictadura franquista (Instituto Cultural Vasco, 1990). Por otro lado, el modelo socioeconómico vasco del siglo XIX no pudo contener la demanda de trabajo y la prosperidad del pueblo vasco. Los hechos señalados jugaron un papel muy importante como factor de expulsión, junto con las guerras carlistas y la obligación del servicio militar.

La emigración vasca constó de cuatro etapas fundamentales (Crochetti, 2002):

- ✓ La primera ocurre entre 1835 y 1853 conformada en su mayoría por vascos de Iparralde.
- ✓ La segunda se desarrolla entre 1853 y 1877, posterior a la Constitución Nacional.
- ✓ La tercera etapa, tiene lugar luego de la aprobación de la ley de inmigración y colonización. Algunos vascos realizaron trabajos severos para independizarse e ir ascendiendo socialmente y otros, la minoría, fueron repatriados por cuenta del gobierno español hacia su patria. Luego de 1910 la emigración vasca fue decayendo hasta 1914, año en que se inició la Primera Guerra Mundial.
- ✓ La última etapa sucede entre 1936 y 1945 como consecuencia de la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial.

El asentamiento de los vascos se llevó a cabo cuando adquirieron tierras por obra de la Ley de Fronteras del año 1878 o las arrendaron y otros comenzaron a explotarlas (Bilbao, 1998). En 1884 se sanciona la Ley de Territorios N° 1532 y se crea el Territorio Nacional de La Pampa por decreto del Poder Ejecutivo Nacional (Bilbao, 1998). Muchos apellidos vascos le dieron nombre a la geografía pampeana, siendo pobladores y partícipes de múltiples fundaciones de colonias y pueblos. Sin embargo, hacia fines del siglo XX, la Conquista del Desierto emprendida por Julio A. Roca, dejó llanuras deshabitadas con un conjunto de benefactores que se habían convertido en adinerados terratenientes de las pampas recién sumadas al territorio de la Argentina. Entre ellos figuraban grandes propietarios de origen o ascendencia vasca (Crochetti, 2002).

A nivel local, los primeros registros sobre inmigrantes vascos en la zona tienen como protagonista al alcalde del fortín Atreu-Có, Justo Goikoetxea, nombrado en 1882 y nacido en Guipúzcoa. El fortín está ubicado a 10 km de lo que actualmente comprende el ejido urbano de Macachín. Como él, tantos otros se habían instalado en la localidad, y la llegada del resto fue inevitable. Asimismo, la llegada del ferrocarril a Macachín es un símbolo de progreso y está íntimamente vinculado a la incorporación de pobladores, específicamente de inmigrantes vascos (Crochetti, 2002).

Si bien los inmigrantes españoles habían fundado una Sociedad de Socorros Mutuos en la provincia hacia 1918, los vascos, que eran mayoría, sentían la necesidad de contar con una Sociedad propia, que les permitiese "... sumergirse de lleno en su cultura y los haga sentir

más cerca de casa, de aquella que habían tenido que abandonar por la fuerza” (Crochetti, 2002: 97).

2.2.2.1. Conformación del centro vasco en Macachín

El 28 de febrero de 1959 se fundó la Asociación Unión Vasca "Euzko Alkartasuna" de Macachín. Ante la necesidad de contar con una sede propia, en 1966, se propuso la creación del centro vasco, que se reflejó en la construcción de un moderno hotel. Es así como en 1966 se inaugura el Hotel Euzko Alkartasuna (Crochetti, 2002).

Con el paso del tiempo, el centro vasco fue creciendo y diversificando sus servicios para poder brindar una amplia oferta a nivel deportivo y cultural. En 1972, se construyó un parque recreativo a 5 km de Macachín con pistas para actividades hípcas como carreras de caballos, concursos de jineteadas, domas, equitación y saltos. Simultáneamente, se incorporan tribunas de cemento, sanitarios, boxes, parrillas, salón de fiestas, cancha de bochas, vóley y básquet sumado a un paisaje natural con mucha arboleda para disfrutar de actividades al aire libre, campamentos y pernoctes escolares. A su vez, en 1976 los vascos inauguraron la cancha de pelota a paleta denominada “José León Chapartegui”, en homenaje al primer presidente de la Institución. La misma fue dotada de tribunas, baños y guardarropas. Cabe destacar que varios pelotaris iniciados en esta cancha han tenido actuaciones y títulos de relevancia en campeonatos nacionales y provinciales tanto en La Pampa como en Buenos Aires, patagónicos e interclubes. En 1977 se construyen salones de parrillas. Años más tarde, en 1982, se edifican canchas de bochas, de pádel, de tenis junto con el salón de cultura y la pileta de natación. Al año siguiente, nace el cuerpo de bailes vascos “Gure Ametza”, que participó en 1984 en la primera Semana Vasca que organizó el Centro Vasco de Macachín con la colaboración de las autoridades municipales y de toda la comunidad local que festejó el acontecimiento en la calle. Finalmente, junto con la celebración del aniversario del pueblo en 1993, se inauguró un amplio gimnasio para la práctica de diferentes deportes, actividades escolares, culturales, gastronómicas y eventos programados.

Capítulo III:

Análisis del área y tema de estudio



3.1. Macachín: breve caracterización histórica, geográfica y turística

La fundación de Macachín se concretó a partir de la adquisición de tierras por Jorge Moore y Cía. para formar un pueblo. La sociedad estaba constituida por Jorge Moore, Luis Brunel y José Fratini, quienes compraron un predio de 5 kilómetros previsto para la planta urbana. La fecha fundacional de la localidad corresponde al 20 de noviembre de 1902, según la documentación hallada en esferas del gobierno provincial. No obstante, en algunos libros se registra el año 1904 como la fecha de fundación, debido al traslado del Registro Civil a Macachín. Su nombre es mapuche y proviene de las especies *oxalis valdiviensis*, *oxalis rosea*, *arjona patagonica* y *arjona pusilla*, plantas que tienen flores blanco-rosadas y amarillas en los meses de octubre y noviembre. Sus tubérculos eran consumidos por los pueblos originarios como golosinas para mitigar la sed. Sin embargo, hoy en día, resulta difícil encontrar estas especies debido a que son consideradas perjudiciales para la agricultura (Crochetti, 2002).

La historia de Macachín está relacionada con el pasado argentino. Diversos acontecimientos históricos están estrechamente vinculados al origen de su fundación; entre ellos: la Conquista del Desierto, la limitación de fronteras, las Salinas Grandes y la línea de fortines. A pocos kilómetros de la localidad de Macachín se encuentra Hidalgo, un antiguo asentamiento ubicado a orillas de una laguna salada, más conocido como Salinas Grandes, declarado "Lugar Histórico" (Ley Provincial N° 876 /1985); y, además, una estación de ferrocarril de nombre homónimo, actualmente, fuera de servicio. Sin dudas, la construcción de líneas férreas generó funcionalidad para Macachín tanto por la salida de producción agrícola y ganadera como por la posibilidad de conexión directa con otros grandes centros urbanos como Bahía Blanca y/o Buenos Aires (Crochetti, 2002).

Los rasgos particulares de la localidad están relacionados con la llegada de una gran inmigración vasca a fines del siglo XIX y principios del XX, que hoy en día se refleja en la colectividad residente, con las costumbres y tradiciones de aquellos inmigrantes. En este sentido, el ex intendente Amaury Edgardo Díaz, remarca que un alto porcentaje de macachinenses lleva sangre Euskadi, lo cual explica la relevancia de la cultura vasca en la localidad (Radio y Televisión Argentina, RTA, 2016).

En cuanto a los aspectos geográficos, Macachín está ubicada en el centro-este de la provincia de La Pampa y al sudeste de la capital provincial (Figura 2), en la intersección de las Rutas Provinciales N° 1 y N° 18 de acceso a la Patagonia. Además, presenta una posición estratégica dentro del sistema de vínculos zonales y regionales, con beneficios

emergentes de las interacciones con los distintos pueblos y con las provincias limítrofes como Córdoba, Mendoza, San Luis y Buenos Aires. Asimismo, el equipamiento turístico e infraestructura de servicios que ofrece refuerza su rol como cabecera departamental de Atreu-Có y proveedor de bienes y servicios referente de la zona.

Figura 2

Localización de Macachín, provincia de La Pampa



Fuente: Menvielle, S., 2021, sobre la base del Instituto Geográfico Nacional, 2016.

De acuerdo con el último Censo INDEC 2010, Macachín cuenta con 4.814 habitantes, lo que muestra un leve incremento del 5,7 % en relación con el Censo del 2001 (INDEC, 2001 y 2010). Por su parte, al 2021, según la proyección realizada por la Dirección General de Estadística y Censos de la provincia de La Pampa (2021), Macachín tiene una población estable total equivalente a 5.369 habitantes.

El área de estudio se caracteriza por un clima de tipo templado continental con una marcada amplitud térmica. Si bien, por sus características climáticas y la aptitud del suelo, se califica como una zona de alta producción agrícola-ganadera, la extracción de sal, la industria láctea y la producción de harinas y derivados también se destacan en la localidad (Álvarez, 2007).

Con respecto a la conectividad, la localidad cuenta con una terminal de ómnibus en la cual, actualmente, opera solo una empresa de transporte de colectivo (Vía Bariloche) que conecta Macachín con San Martín de los Andes y Buenos Aires. Además, existen otros medios de transporte que funcionan con servicios puerta a puerta, como por ejemplo combis y remis. Referente al transporte aéreo, a unos 100 km aproximadamente, se encuentra el Aeropuerto Regional de Santa Rosa que opera con un vuelo hacia Buenos Aires.

En relación con la actividad turística, Macachín integra junto con las localidades de Alpachiri, Guatraché, Bernasconi, Hucal, Jacinto Arauz y San Martín la región turística “Sudeste Pampeano”, denominación establecida en el año 2019 por la Secretaría de Turismo de la provincia de La Pampa (Secretaría de Turismo de la provincia de La Pampa, 2021). Se trata de una zona con una gran diversidad turística que le imprime a la región un carácter singular gracias a sus encantos naturales y la riqueza cultural.

Entre sus atractivos turísticos naturales, a pocos kilómetros de Macachín se distinguen las “Salinas Grandes de Hidalgo”, las cuales integran el Registro Provincial de Patrimonio Cultural desde el año 2009 (Ley N° 2.083). Este extenso salar, no solo se destaca por su atractivo desde el punto de vista natural, sino también desde la perspectiva histórica, ya que constituyó uno de los principales puntos de asentamiento de los pueblos originarios del territorio pampeano (Crochetti, 2002). De igual relevancia, desde lo económico y productivo son reconocidas por las grandes concentraciones de sal que de allí se extraen. Actualmente, son explotadas por la Compañía Introdutora de Buenos Aires S. A. (CIBA).

En cuanto a los atractivos turísticos culturales, la localidad posee un vasto patrimonio histórico- cultural. Existen instituciones de relevancia que promueven diversas actividades culturales, entre ellas: la Asociación Española de Socorros Mutuos, la Asociación Unión Vasca, el Club Atlético Macachín y la Escuela Salta N° 82. A su vez, el conjunto de edificios históricos y administrativos situados alrededor de la Plaza Independencia, plaza principal de la ciudad, se destacan por sus notables características arquitectónicas; entre ellos: el Palacio Municipal, el Correo Argentino, entidades bancarias, así como la Iglesia

Nuestra Señora del Rosario. Además, cada barrio posee una plazoleta o un parque infantil y se destaca el complejo Polideportivo Amaury Díaz, ubicado a unas pocas cuadras del centro.

Con relación a la demanda turística-recreativa, el municipio no posee datos oficiales fidedignos sobre la cantidad de visitantes que recibe, pues no existe un organismo que regule el turismo en la localidad. Pese a ello, se puede señalar que la localidad es concebida como un centro turístico de escala para aquellos visitantes que se encuentran de paso ya sea por motivos de ocio o negocios.

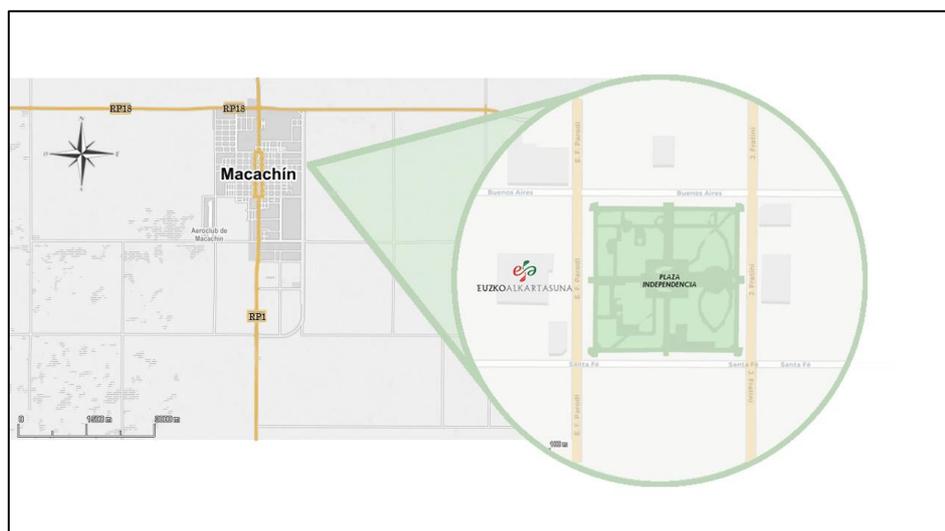
Con respecto al equipamiento y servicios turísticos, la localidad posee 6 establecimientos hoteleros inscriptos en el Registro Provincial de Prestadores de Servicios Turísticos. Los mismos cuentan con un total de 209 plazas distribuidas en hoteles de categoría 1 a 3 estrellas, hosterías y departamentos de alquiler turístico. Por otra parte, la oferta gastronómica está compuesta por: 4 restaurantes, 2 parrillas, 5 rotiserías, 2 resto-bares y una pizzería, con una cantidad aproximada de 1.150 cubiertos (Secretaría de Turismo de la provincia de La Pampa, 2021).

3.2. Caso de estudio: el Hotel Euzko Alkartasuna

El Hotel Euzko Alkartasuna se sitúa en el centro de Macachín, en la calle Parodi 340 (Figura 3). Está emplazado entre las calles de mayor tránsito de la localidad, frente a la plaza principal, siendo su paso obligatorio para todos los viajeros que transitan por la Ruta Provincial N° 1.

Figura 3

Localización del Hotel Euzko Alkartasuna



Fuente: Menvielle, S., 2021, sobre la base de SAS Planet, 2021.

3.2.1. Elementos patrimoniales: características generales

Con el propósito de conocer e identificar los elementos y rasgos distintivos con los que cuenta el Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaki Restaurante, se describen las características pertinentes de cada aspecto a analizar (interés histórico cultural, interés artístico-arquitectónico e interés paisajístico-urbanístico). Luego de ello, se elabora un inventario patrimonial que permite documentar y visibilizar los aspectos mencionados (Anexo I). A su vez, esta herramienta posibilita conocer en profundidad y detalle la obra patrimonial y, además, contribuye a fortalecer la toma de conciencia sobre los valores que posee la cultura vasca en dicho espacio y en la comunidad local.

▪ Interés histórico-cultural

A través del decreto N° 53.448/1940, el entonces presidente de la Nación autorizó la entrada al país de todos los vascos exiliados por la guerra (Bilbao, 1998). Aproximadamente 3.000 fueron los primeros inmigrantes vascos en pisar suelo argentino. Por consiguiente, el 28 de febrero de 1959, por iniciativa de Felipe Zubizarreta se proyectó la Asociación Unión Vasca de Macachín, junto a un grupo de vascos nativos y descendientes de vascos.

Luego de un proceso de construcción que duró dos años y la necesidad de la Asociación Unión Vasca de contar con una sede social propia y un lugar para alojar a aquellos que se encontraban de paso o se acercaban a la zona por cuestiones de negocios, principalmente actividades agroganaderas, el 22 de enero de 1966 se inauguró el Hotel Euzko Alkartasuna (Crochetti, 2002) (Figura 4). Dicho acontecimiento se celebró con una cena popular a la cual concurrieron más de 2.000 personas de importantes Centros Vascos del país, dejando un recuerdo imborrable para los socios de la Asociación, los habitantes de Macachín y vecinos de pueblos aledaños.

Figura 4

Fotografía presente en el Hotel Euzko Alkartasuna



Fuente: Menvielle. S., 2021.

El hotel se construyó en un solar de 1800 m² donado por la Municipalidad de Macachín. Juan José Mujica, intendente de la localidad durante ese periodo y miembro del centro vasco, fue quien realizó las gestiones para obtener el espacio. La construcción estuvo a cargo de la empresa del Sr. Armando Lengaran y, el asesoramiento junto con los planos y la gestión edilicia, al mando del arquitecto y vasco de nacimiento Kerman Ortiz de Zarate. Asimismo, la Comisión Directiva del Centro Vasco de ese momento, realizó ciertas gestiones con el gobernador de la provincia, para conseguir fondos y así poder iniciar la construcción del hotel. Además, se obtuvieron ingresos a partir de otras fuentes de colaboración como rifas, loterías, donaciones y la siembra de trigo con el uso de maquinarias de los asociados que prestaron servicios en forma gratuita (Vicente, 2020).

En febrero de 1981, se realizó una ampliación del hotel con la construcción de un segundo piso para poder contar con mayor cantidad de habitaciones (Figura 5). La dirección, los planos y la gestión estuvieron bajo la responsabilidad del arquitecto Santiago Eduardo Swinen, en tanto que, la construcción estuvo a cargo de Inocencio Picca Garino.

Figura 5

Fotografía presente en el Hotel Euzko Alkartasuna referente a la ampliación



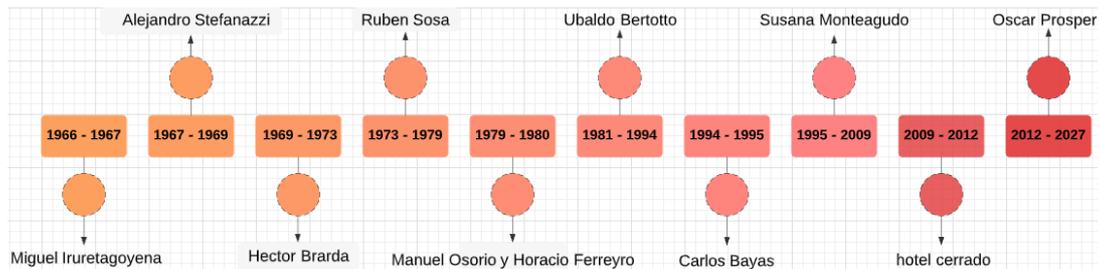
Fuente: Menvielle, S., 2021.

Posteriormente, en 1983 se inauguró la piscina de natación con los correspondientes vestuarios en un terreno anexo, donado por el Gobierno Provincial. Hoy en día, se encuentra disponible para los huéspedes del hotel en temporada estival. Además, el mismo año comenzó a funcionar la Taberna Vasca en un terreno aledaño al hotel. Estas instalaciones le otorgaron al Euzko Alkartasuna, una mayor visibilidad y flujo de visitantes.

En relación con su gestión, desde los inicios hasta su reinauguración, el Hotel Euzko Alkartasuna tuvo diferentes concesionarios. Algunos de ellos formaban parte de la comisión de la Asociación Unión Vasca, por lo que se los denominaba encargados (Figura 6).

Figura 6

Concesionarios y encargados del Hotel Euzko Alkartasuna



Fuente: Menvielle, S., 2021.

Años más tarde, en el 2009, como consecuencia del tiempo transcurrido desde su inauguración y la falta de mantenimiento edilicio, se decidió cerrar el hotel al público. Luego de un período de evaluación y gestión para obtener los fondos necesarios y así iniciar las tareas de remodelación requeridas, en abril de 2011 comenzó la obra, cuya dirección estuvo a cargo del macachinense y maestro mayor de obras, Omar Seibel.

Finalmente, con la presencia del Secretario de Gobierno, Raúl Ortiz, en representación del Gobierno de La Pampa, el Hotel fue reabierto al público el 20 de abril de 2012 (Vicente, 2020). Actualmente, el Licenciado en Turismo Oscar Prosperi tiene a su cargo la concesión del establecimiento hasta el año 2027. En este nuevo período, la Secretaría de Turismo de la provincia de La Pampa ha distinguido al Hotel Euzko Alkartasuna entre los cinco mejores de la provincia por sus instalaciones y la calidad de los servicios brindados. En la Figura 7 se observa la fachada del hotel.

Figura 7

Hotel Euzko Alkartasuna, 2021



Fuente: Rojo, G., 2015.

Entre los acontecimientos históricos de relevancia para el Hotel Euzko Alkartasuna y el Centro Vasco, se pueden mencionar eventos programados que han atraído a un número significativo de asistentes de diferentes centros vascos del país, a personas que viajaron desde el País Vasco y, autoridades y referentes del Gobierno Vasco. En 1966, se realizó una corrida de toros sobre la calle y alrededor de la Plaza Independencia, la cual consistió en una carrera de personas delante de algunos toros. Tal acontecimiento fue trascendental, ya que Macachín fue sede de la primera corrida de toros organizada por un centro vasco en Argentina. Esta celebración representó una oportunidad para que la localidad fuera visitada y conocida por personas que venían de otras partes del país y del mundo.

En el año 2018, la comisión directiva del centro vasco junto con la colaboración del Municipio de Macachín, decidió homenajear en vida a Ignacio Unamuno, nacido en Bergara (Guipúzcoa), promotor fundamental de la cultura vascuence y miembro de la Comisión fundadora de la Asociación Unión Vasca. En relación con ello, se inauguró el “Paseo Iñaki Unamuno” que comprende todos los caminos internos de la Plaza Independencia, ubicada frente al hotel y restaurante vasco. Al año siguiente, se colocó el busto en representación de dicho reconocimiento, dando lugar a un potencial circuito cultural que comprende el Paseo Iñaki Unamuno, el árbol de Guernika y el Centro Vasco.

Por último, los sucesos más importantes para el Hotel Euzko Alkartasuna y la Asociación Unión Vasca están relacionados con eventos programados como las distintas Semanas Vascas en los años 1985, 1994 y 2015 (Figura 8) y el Mundial de Mus de 2018. En ambos acontecimientos se acogieron a asistentes de una decena de países del mundo, los cuales se alojaron en el hotel y compartieron distintas actividades de danza, música, gastronomía, muestras culturales, charlas y recreación por la localidad y la zona.

Figura 8

Semana Nacional Vasca 2015



Fuente: Rojo, G., 2015

La riqueza patrimonial del hotel emerge de lo cultural, presente en la expresión constante del mundo vasco, manifiesta tanto en su interior como en el exterior. El mundo y la cultura vasca están permanentemente en la retina de todo aquel que ingresa, se hospeda, o simplemente alza la vista y observa la marquesina con el nombre de Hotel Euzko Alkartasuna con tipografía vasca al igual que en las fotografías. Asimismo, la cultura vasca es un componente construido a partir del resultado de la relación objeto-sujeto a lo largo del tiempo, en donde cada uno de los habitantes de Macachín, ha tomado contacto con algún espacio de la Asociación Unión Vasca en distintas ocasiones (por ejemplo: festejo de una celebración, la práctica de algún deporte, reuniones sociales, asistencia al restaurante, entre otros).

- **Interés artístico-arquitectónico**

El edificio presenta la arquitectura típica de los hoteles construidos en el país en los años 60, con las características que posee un hotel sindical de cualquier ciudad. La fachada del Hotel es simple, así como su interior, plano y funcional. La recepción está vinculada a un pequeño living o sala de estar y separada del Restaurante Iñaki a través de arcos de piedra. A su vez, mediante una escalera principal, conecta a ambos pisos, los cuales poseen largos pasillos que comunican hacia las diferentes habitaciones. Este tipo de diseño en su construcción resalta la importancia de la relación estructura-funcionamiento del establecimiento.

El Hotel tiene por finalidad ofrecer sus servicios a todos los huéspedes en igualdad de condiciones. Por ello, y de acuerdo a las directrices de accesibilidad en alojamientos turísticos, cuenta con una habitación accesible en el segundo piso, un baño accesible en planta baja; un ascensor con botones en braille y una rampa en la entrada principal. No obstante, la cartelería y las imágenes con información histórica del hotel y de la cultura vasca no se referencian en sistema braille.

En cuanto al valor estético, están presentes los colores vascos (verde, rojo y blanco), tanto en el exterior como en el interior del edificio, visualmente impactantes y llamativos. En su interior se refleja la cultura vasca en cuadros con fotografías, esculturas y objetos. Cuenta con una estructura de hierro con la forma de Euskal Herria y seis ventanas se encuentran pintadas con los respectivos escudos de cada provincia; además, arcos de piedras que simulan las piedras de los caseríos del País Vasco. La figura 9 permite apreciar los elementos mencionados.

Figura 9
Interior de Iñaki Restaurante



Fuente: Menvielle, S., 2021.

Asimismo, se destaca la marquesina con el nombre de Hotel Euzko Alkartasuna en el remate del inmueble con tipografía vasca y en color rojo y la cartelería de tipo informativa expuesta en su fachada, como nóminas con menciones de los fundadores y participantes activos dentro de la Asociación Unión Vasca. Si bien, el hotel conserva los valores vascos, su estructura tradicional y los pisos originales, en Iñaki Restaurante se han colocado apliques de pared y artefactos de iluminación de diseño moderno.

En general, el estado de conservación del hotel es bueno, considerando que el edificio tiene una antigüedad de 55 años. Se realizan periódicamente tareas de mantenimiento y conservación que ayudan a prevenir humedad, grietas, desgaste de estructura y de sus instalaciones de electricidad, saneamiento y plomería.

- **Interés paisajístico-urbanístico**

El Hotel Euzko Alkartasuna está implantado dentro de un paisaje urbano, en el centro de la localidad y frente a la plaza principal, sitio que le aporta un valor paisajístico que lo pondera. La plaza fue diseñada por una paisajista y constituye un espacio verde que le confiere al hotel una ubicación estratégica, tanto en lo estético como en lo comercial. A su vez, contribuye a la valoración del hotel por parte de los huéspedes que se alojan en él. La Plaza Independencia es el centro cívico de encuentro y de socialización de la población de Macachín. Un dato significativo para la comunidad vasca es que el 16 de junio de 1984 se sembró en la plaza un árbol de roble cuya semilla (bellota) fue traída desde Guernica. Esta

especie representa uno de los símbolos más universales de la cultura vasca (Figura 10). La historia cuenta que bajo este roble juraban quienes iban a ser nombrados Señores de Vizcaya antes de acceder al cargo (entrevista a Vicente, 2020).

Figura 10

Retoño del árbol de Guernica



Fuente: Centro Vasco Euzko Alkartasuna [@cvmacachin]. (2020, junio 25). Instagram.

Bordeando la plaza se encuentran los edificios administrativos más emblemáticos e importantes de la ciudad; entre ellos: el Banco de la Nación Argentina, Banco de La Pampa, Atreu-Có Cooperativa Agropecuaria Limitada, la Municipalidad, el Correo Argentino y la Iglesia Nuestra Señora del Rosario. En la Figura 11 se observa la importancia que adquiere la estructura del edificio, el cual prevalece sobre las demás construcciones cercanas.

Figura 11
Fotografía aérea de la Asociación Unión Vasca



Fuente: Rojo, G., 2018.

Luego de la descripción de cada aspecto analizado (interés histórico cultural, interés artístico-arquitectónico e interés paisajístico-urbanístico), en la Tabla II se presenta el catálogo patrimonial del Hotel Euzko Alkartasuna que sintetiza la información contenida en el inventario patrimonial de la obra bajo análisis.

Tabla II

Catálogo patrimonial

HOTEL EUZKO ALKARTASUNA	
AÑO	1966
UBICACIÓN	Parodi 340, Macachín (La Pampa)
AUTOR	Kerman Ortiz de Zarate/ Armando Lengaran
ESTADO DE CONSERVACIÓN	Exterior: bueno Interior: regular
SITUACIÓN	Obra existente
USO ACTUAL	Original (hotel)



Fuente: Menvielle, S., 2021.

3.2.2. Intervenciones patrimoniales

Con el transcurrir de los años, se han ido sucediendo diversas intervenciones de restauración con el fin de recuperar y mantener las instalaciones del hotel. Generalmente, cada 5 años se realiza una limpieza de la fachada y se pintan las paredes. En particular, la organización de la Semana Nacional Vasca en 2015 contribuyó a la realización de acciones de mantenimiento y reparación del edificio que han permitido conservar la estructura del hotel.

Con respecto a las intervenciones directamente relacionadas con el edificio, a principios de 1981 la comisión directiva de la Asociación Unión Vasca construyó el segundo piso del Hotel Euzko Alkartasuna, duplicando así la cantidad de habitaciones existentes. Posteriormente, luego de varios años de uso, en el 2009 se decidió cerrar el hotel para recaudar fondos y así poder afrontar las tareas de acondicionamiento necesarias; entre ellas carpintería, plomería, electricidad e instalaciones sanitarias, mantenimiento de pasillos, recepción y hall de entrada. Si bien, la remodelación del hotel incluyó varias reparaciones e intervenciones, se conservó la estructura original y su fachada.

El Hotel reabrió al público en el año 2012 con Oscar Prospero como gerente general, su actual concesionario. A lo largo de su gestión y en acuerdo con los miembros de la comisión directiva del centro vasco se han ido realizando renovaciones dentro del hotel, con el fin de lograr una mejor atención y confort para la experiencia de los huéspedes. Por ejemplo, el reemplazo de ventiladores por aires acondicionados en cada habitación y la individualización de la calefacción en el primer piso, lo cual permitió evitar gastos adicionales cuando una habitación no se encuentra ocupada y un uso correcto y sostenible de las instalaciones.

En cuanto al estilo decorativo y ornamental, se observa la presencia de cartelera expuesta en la fachada del Hotel indicando su nombre, categoría, nombre del centro vasco al cual pertenece y, además, una pizarra en la cual el Restaurante expone su menú del día. Luego, en el hall, previo a ingresar a la recepción del hotel, se exponen cuadros con fotografías de paisajes vascos, información histórica del País Vasco y del proceso de construcción del hotel, mapas de las provincias vascas, la Bandera Nacional y la del País Vasco. Asimismo, en sus pasillos, se exhiben diversas placas con menciones y reconocimientos hacia los fundadores, directivos y participantes activos dentro de la Asociación Unión Vasca, además de cuadros con fotografías y vinilos con sus respectivos nombres.

Las acciones de restauración, mantenimiento y preservación del edificio se han realizado de forma discrecional, sin atenerse a ninguna reglamentación, dado que el establecimiento no posee declaratoria patrimonial. A pesar de ello, desde el ámbito municipal no existe ninguna normativa conforme a este tipo de edificios patrimoniales; sólo rige el código urbanístico local que contiene aspectos generales. En cada una de las intervenciones realizadas se pretende conservar las características arquitectónicas originales del edificio, manteniendo a su vez los acuerdos con la Asociación Unión Vasca. En el caso de nuevas modificaciones, existe un procedimiento a seguir. En los contratos que se acuerdan con cada una de las partes que concesionan los espacios de la Asociación Unión Vasca se establece que, para realizar alguna intervención, se debe consultar y aguardar la aprobación por parte de la comisión directiva.

3.2.3. Los distintos usos del Hotel Euzko Alkartasuna en la actualidad

En la Tabla III se presentan los distintos usos sociales que se identifican en el Hotel Euzko Alkartasuna como en su Restaurante Iñaki, definidos en el marco conceptual según Querol (2010). En la Tabla IV se extienden los usos sociales hacia todos los espacios de la Asociación Unión Vasca.

Tabla III

Usos sociales en el hotel y restaurante vasco

	Hotel Euzko Alkartasuna	Iñaki Restaurante
(i) Uso de visita	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Alojamiento turístico. ▶ Esparcimiento, uso interno para huéspedes y eventos al aire libre. ▶ Centro de aislamiento como consecuencia de la pandemia por COVID-19. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Degustación de platos típicos vascos y/o vinos pampeanos. ▶ Disfrute de la terraza con presencia de Disc Jockey. ▶ Cenas en fechas especiales. ▶ Sede del Torneo Nacional y Mundial de Mus. ▶ Cena de Gala para los muslaris (jugadores de Mus) ▶ Reuniones empresariales anuales
(ii) Uso de vida	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Reuniones y conferencias específicas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Delivery o pedido de comidas
(iii) Uso de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gerencia ▶ Departamento de Recepción ▶ Departamento de Alimentos y Bebidas ▶ Departamento de Pisos ▶ Departamento de Mantenimiento ▶ Departamento de Contabilidad ▶ Departamento de Animación 	

Fuente: Menvielle, S., 2021.

Tabla IV

Usos sociales de la Asociación Unión Vasca

	Parque recreativo-hipódromo	Salón de cultura	Salas de parrilla-cocina	Taberna vasca	Txoko Bar
(i) Uso de visita	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Participación en actividades deportivas: carreras hípcas/turf, domas y destrezas criollas ▶ Esparcimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Concurrencia a clases de Euskera ▶ Práctica de baile vasco y/o de folklore 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Asistencia a diversos eventos sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Torneos de mus ▶ Esparcimiento y entretenimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cenas y esparcimiento
(ii) Uso de vida		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Reuniones sociales de los miembros de la comisión directiva 			
(iii) Uso de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Organización de eventos deportivos, sociales, recreativos y culturales 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Enseñanza de Euskera ▶ Ensayos del grupo de baile vasco y de folklore ▶ Conferencias 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Alquiler de parrillas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Venta de alimentos y bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Venta de alimentos y bebidas
	Gimnasio	Cancha de pelota a paleta	Cancha de bochas	Cancha de tenis	Canchas de pádel
(i) Uso de visita	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Asistencia a fiestas particulares como casamientos, cumpleaños, aniversarios, cenas de fin de año ▶ Torneos de mus 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Actor y/o espectador de las competencias deportivas ▶ Asistencia a clases o clínicas deportivas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Actor y/o espectador de las competencias deportivas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Actor y/o espectador de las competencias deportivas ▶ Asistencia a clases 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Actor y/o espectador de las competencias deportivas ▶ Asistencia a clases
(ii) Uso de vida					
(iii) Uso de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Clases de educación física de las escuelas ▶ Práctica de deportes ▶ Organización de eventos sociales, culturales y recreativos 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Clases de pelota a paleta ▶ Organización de competencias deportivas y recreativas ▶ Alquiler de cancha ▶ Organización de eventos sociales ▶ Venta de alimentos y bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Organización de competencias deportivas ▶ Alquiler de cancha 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Clases de tenis ▶ Organización de competencias deportivas 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Clases de pádel ▶ Organización de competencias deportivas ▶ Alquiler de cancha ▶ Venta de bebidas

Fuente: Menvielle, S., 2021.

3.3. La valoración de la cultura vasca por parte de informantes clave

Con el propósito de indagar acerca de la valoración del hotel y la cultura vasca se realizaron entrevistas estructuradas a cuatro informantes clave en forma sincrónica (de manera presencial y a través de plataforma digital). Desde la esfera provincial, se entrevistó a la Subsecretaria de Desarrollo Turístico, Ana Florencia Stefanazzi Arze; desde el ámbito local se tomó contacto con el Intendente Jorge Cabak y con el Gerente del Hotel Euzko Alkartasuna, Oscar Prospero. Por último, se entrevistó a Tomás Vicente, miembro de la comisión directiva de la Asociación Unión Vasca. Todos los actores entrevistados autorizaron publicar sus nombres.

El resultado de las entrevistas realizadas permite reconocer distintos aspectos de la temática bajo estudio. En relación con las características de la localidad, Stefanazzi Arze, destaca que Macachín *“es la puerta de entrada a la zona del sureste pampeano, además, está ubicada en un punto estratégico en términos de conectividad y brinda servicios de alojamiento y gastronomía”*; no obstante, en este aspecto, el Intendente Cabak señala que *“hace falta optimizar específicamente el servicio de transporte para poder ampliar la oferta turística”*.

Con respecto a la gestión turística, Stefanazzi Arze señala la sanción de la Ley Provincial de Turismo (Ley N° 3.092/ 2018) que crea la figura de municipio. En este sentido, sostiene que *“cuesta plasmar los recursos turísticos y servicios que ofrece la localidad en una planificación”*. Además, hace alusión a la ausencia de prestadores de servicios turísticos. En este aspecto, Prospero y Vicente, ambos informantes no gubernamentales, exponen su falta de involucramiento y la carencia de iniciativas desde la Asociación Unión Vasca para fomentar el turismo. De este modo, Vicente entiende que se requiere mucha inversión para realizar acciones de gestión turística *“y no se cuenta con ello para poder hacerlo”*. Sin embargo, *“para eventos específicos se han realizado muestras sobre la cultura vasca, la identidad, la inmigración, y también hemos llevado a los visitantes a recorrer el pueblo”*. De manera similar, enfatizan en la ausencia de un organismo de turismo o un ente turístico dentro del ámbito público local para trabajar mancomunadamente. Por su parte, Prospero alude que históricamente en Macachín no se trabajó activamente con relación al turismo. A su vez, Cabak enfatiza sobre la necesidad de contar con inversiones en materia de equipamiento y servicios turísticos. En este aspecto, Stefanazzi Arze sostiene que no existe una línea específica de financiación para el desarrollo de la oferta turística a nivel

provincial; el presupuesto es muy acotado y depende de la Secretaría de Turismo de la Provincia.

En relación con las percepciones de los actores sobre el legado de la cultura vasca, Vicente manifiesta que la localidad ha traspasado las fronteras y es conocida en el mundo por lo que la cultura vasca aporta y por los eventos que se han llevado a cabo desde la institución. Además, sostiene que *“las sociedades tienen que conocer su cultura porque es parte de la identidad y en Macachín por más que no todos son vascos, un gran porcentaje de la población lo es”*. Cabak coincide y agrega que *“el centro vasco hace un aporte valiosísimo, no sólo con sus instalaciones sino también a través de la cultura vasca”*. Adicionalmente, la subsecretaria de desarrollo turístico distingue la potencialidad y la factibilidad de crear un producto turístico en relación con la cultura vasca en La Pampa y en la localidad, *“no solo desde la oferta sino también desde la demanda, pensando en una promoción internacional de Macachín a través de intercambios culturales”*. Al mismo tiempo, Stefanazzi Arze y Vicente concuerdan que ambos establecimientos, el hotel y restaurante vasco, son recursos turísticos que contribuyen a la práctica del turismo cultural creativo.

A modo de síntesis y en relación con lo expresado por los entrevistados, se evidencia la importancia que adquiere el Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaki Restaurante desde el punto de vista histórico-cultural y turístico para los visitantes que visitan la localidad.

3.4. La visión de los residentes acerca del hotel y la cultura vasca

Con el fin de conocerla importancia que adquiere el Hotel Euzko Alkartasuna y la cultura vasca en la comunidad de Macachín, durante los meses de noviembre y diciembre de 2020 se realizaron un total de 112 encuestas² a residentes, diseñadas a través de los formularios de Google y ejecutadas de forma online en las redes sociales Facebook e Instagram.

Del total de encuestados, el 68 % corresponde al sexo masculino y el 31 % al femenino. Con respecto al rango etario, el 34 % de los encuestados se encuentra entre 19 y 25 años; el 27 % entre 41 y 60 años; el 26 % entre 26 y 40 años y el 13 % restante se distribuye entre los mayores de 60 años (7 %) y los menores de 18 años (6 %). En cuanto a la ocupación, el 35 % de los encuestados son estudiantes, el 34 % son profesionales y el 23 % son autónomos/independientes. En un menor porcentaje se encuentran los empleados en relación de dependencia (12 %), los jubilados (4 %) y las amas de casa (3 %).

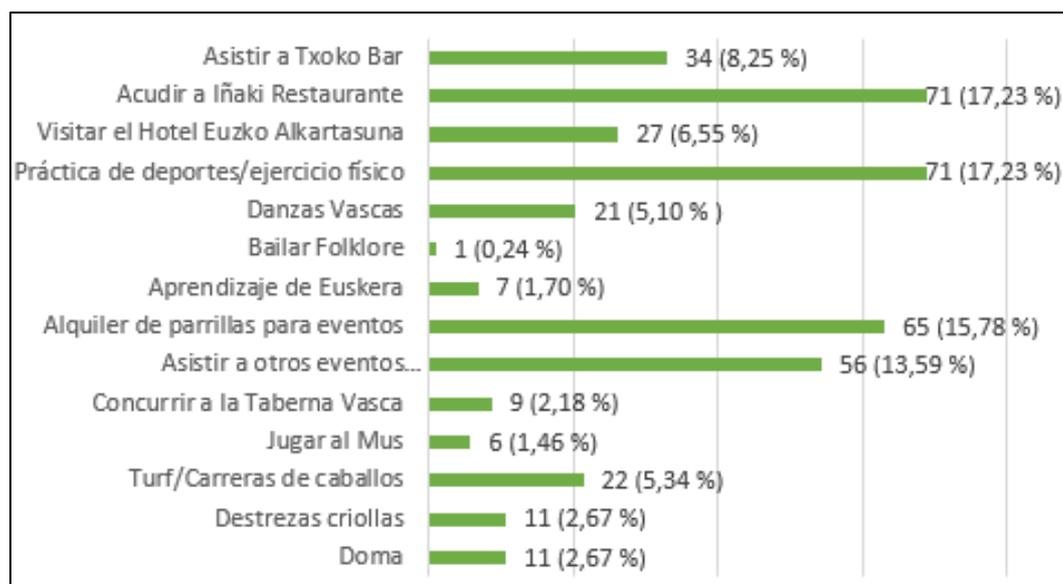
² El modelo de cuestionario se adjunta en el Anexo IV.

En relación con el proceso de inmigración vasca que sufrió Macachín, el 45 % de los encuestados afirmó ser descendiente vasco, el 44 % respondió que no lo es y el 11 % restante manifestó desconocer dicha información. Debido al porcentaje de encuestados con descendencia vasca, se desglosan las principales regiones de Euskadi de las que provienen: el 35 % procede de Guipúzcoa; el 14 % de Navarra; otro 14 % de Laburdi; el 9 % de Vizcaya y el 2 % de Alava; el 26 % restante lo desconoce. Además, se consultó a los encuestados sobre su participación en la Asociación Unión Vasca como socios o integrantes de la comisión directiva. Solo el 24 % respondió de manera afirmativa.

En la Figura 12 se observa el porcentaje que adquieren los principales usos de las instalaciones de la institución. En la misma proporción se encuentra acudir al restaurante y practicar deportes (17,23 % respectivamente), seguido por el alquiler de parrillas para eventos (58 %) y la asistencia a acontecimientos programados (13,19 %). En menor porcentaje se encuentra: asistencia a Txoko Bar (8,25 %), visita al Hotel Euzko Alkartasuna (6,55 %), concurrencia a carreras de caballos (5,34 %), práctica de danzas vascas (5,10 %), de destrezas criollas y domas (2,67 %), visita a la Taberna Vasca (2,18 %), tomar clases de Euskera (1,70 %), jugar al mus (1,46 %) y bailar folklore (0,24 %). Estos resultados responden a la posibilidad de optar por más de una respuesta.

Figura 12

Usos de las instalaciones del Centro Vasco Euzko Alkartasuna

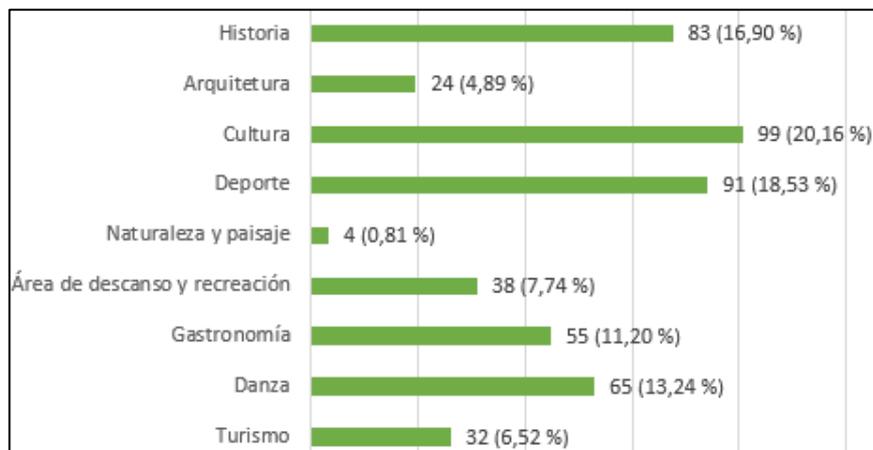


Fuente: Menvielle, S., 2021.

La Figura 13 muestra con qué actividades y/o aspectos se relaciona al centro vasco de Macachín. En este caso, al igual que la figura 13 las respuestas pueden ser múltiples. Entre ellos, se destacan: la cultura (20,16 %), el deporte (18,53 %) y la historia (19,90 %). En menor medida, la danza (13,24 %), la gastronomía (11,20 %), el descanso y la recreación (7,74 %), el turismo (6,52 %) y la arquitectura (4,89 %). La naturaleza y el paisaje arrojaron un valor de 0,81 %.

Figura 13

Actividades y/o aspectos relacionados con el Centro Vasco Euzko Alkartasuna



Fuente: Menvielle, S., 2021.

Con respecto al conocimiento del Hotel Euzko Alkartasuna y del Restaurante Iñaki, la mayoría de los encuestados respondió que ha visitado el hotel (94 %) y un 89 % ha asistido al restaurante. Desde el punto de vista histórico-cultural, el 98 % considera que el hotel y el restaurante son significativos para la localidad.

En lo concerniente a la importancia que tiene la cultura vasca dentro de la localidad y el interés por un mayor reconocimiento a nivel turístico, casi el total de los individuos (98 %) manifestó conformidad. Asimismo, el 95 % remarcó que le gustaría que se fomenten e intensifiquen los conocimientos sobre la cultura vasca.

Para finalizar, el cuestionario incluyó una pregunta abierta de opinión para que los encuestados expresen su punto de vista en relación con el legado de la cultura vasca como recurso turístico de la localidad. La Tabla V sintetiza, por categorías, algunos comentarios seleccionados al azar.

Tabla V

Opiniones de los encuestados acerca del legado de la cultura vasca

<p>Con relación a la Historia</p>	<p><i>“la cultura vasca muestra las raíces de muchos de los habitantes del pueblo”</i></p> <p><i>“los inmigrantes europeos, en especial los vascos forman parte de la historia nacional y del desarrollo que le dieron a nuestros pueblos del interior del país”</i></p> <p><i>“la comunidad vasca tiene su historia y tradiciones muy arraigadas”</i></p> <p><i>“es un pueblo fundado, en su mayoría, por vascos que hasta hoy mantienen ese legado, las costumbres y tradiciones”</i></p> <p><i>“los vascos forman parte de la historia de Macachín”</i></p>
<p>Vinculado a la Cultura</p>	<p><i>“es atractivo para los visitantes conocer la cultura vasca y el arraigo de su gente”</i></p> <p><i>“incluso aquellos que no tienen ninguna relación con los vascos han tomado la cultura vasca como propia”</i></p> <p><i>“la cultura vasca es muy atractiva en todo el mundo, y que se encuentre algo de ello en nuestro pueblo es algo que hay que potenciar y aprovechar”</i></p>
<p>En cuanto a la Identidad</p>	<p><i>“los vascos nos representan como comunidad”</i></p> <p><i>“gracias a los vascos somos muy conocidos”</i></p> <p><i>“el legado vasco es un emblema del pueblo y la zona”</i></p> <p><i>“todo lo vasco es un símbolo del pueblo”; “es un rasgo identitario de la localidad”</i></p> <p><i>“la cultura vasca es parte de nuestra identidad y nos diferencia del resto de los pueblos”.</i></p>
<p>En relación con el Turismo</p>	<p><i>“la cultura vasca es el principal atractivo turístico del pueblo”; “el legado vasco es un atractivo cultural e histórico”</i></p> <p><i>“la cultura vasca es de interés cultural para el turismo”</i></p> <p><i>“el centro vasco tiene infraestructura para diversas actividades, lo cual atrae a diferentes tipos de público”</i></p> <p><i>“muchas personas de descendencia vasca buscan lugares parecidos a sus centros vascos para relacionarse con la gente de la localidad”</i></p> <p><i>“a través de los distintos deportes, las danzas, el hotel y las fiestas vascas muchos visitantes de paso conocen Macachín”.</i></p>

Fuente: Menvielle, S., 2021.

3.5. Caracterización del perfil del turista que visita el hotel

Como se mencionó, no se encontraron registros fehacientes acerca de las características de la demanda turística recreativa que recibe el hotel durante el año. No obstante, con el fin de tener una aproximación a su perfil, se resumen los datos brindados por el gerente del establecimiento. En este sentido, Prospero (2020) sostiene que el perfil del turista que visita el hotel se constituye por familias, seguido por personas que viajan solas y en menor medida por parejas. Se caracteriza por un público adulto, en general mayor a 25 años. Proceden de Capital Federal o de localidades del Gran Buenos Aires.

El principal motivo por el cual visitan el destino se encuentra relacionado con la actividad laboral y los negocios, pues se desempeñan mayoritariamente como comerciantes que se alojan durante una noche en el hotel para luego continuar su ronda de distribución de mercadería. Para otros visitantes, Macachín constituye un centro de escala en su paso hacia el sur del país.

Por último, el hotel posee un convenio corporativo con la Compañía Introdutora de Buenos Aires (CIBA), productora de sal "Dos Anclas". Esto favorece la visita de personal corporativo, invitados de la empresa, personal tercerizado y contratistas en distintas épocas del año, con tarifas especiales.

Capítulo IV: A modo de diagnóstico



4.1. Diagnóstico integral

La localidad de Macachín se localiza en el centro-este de la provincia de La Pampa. Está emplazada sobre la Ruta Provincial N° 1 y la Ruta Provincial N° 18, las cuales se encuentran en buen estado de mantenimiento. Asimismo, posee adecuada conectividad terrestre con el resto del país y aérea con la ciudad de Buenos Aires; sin embargo, se ve limitada por la presencia de una única empresa de transporte de ómnibus y un vuelo diario hacia la ciudad de Buenos Aires. Con frecuencia se utiliza el servicio de combis y remis. A su vez, la localidad actúa como centro de abastecimiento y proveedor de bienes y servicios de localidades cercanas.

En relación con el turismo, la localidad cuenta con atractivos turísticos naturales, culturales e históricos vinculados a Salinas Grandes de Hidalgo, la comunidad vasca e instituciones que realizan distintas actividades culturales y recreativas. Asimismo, existen diversas áreas de esparcimiento y espacios verdes para la realización de actividades al aire libre. Desde el año 2019, Macachín integra junto a otras localidades aledañas, la región turística “Sudeste Pampeano”. En cuanto al equipamiento y servicios turísticos, la localidad posee 6 hoteles de categoría 1 a 3 estrellas, hosterías y departamentos de alquiler turístico que totalizan 209 plazas de alojamiento. En tanto la gastronomía, está compuesta por 4 restaurantes, 2 parrillas, 5 rotiserías, 2 resto-bares y una pizzería.

Con relación al perfil de los visitantes, no existen registros oficiales de la demanda turística-recreativa que visita la localidad. Sin embargo, a partir de lo manifestado por Prospero (2020), la localidad actúa como centro turístico de escala para aquellos visitantes que se encuentran de paso, ya sea por motivos de ocio o negocios. Generalmente, son adultos mayores de 25 años, provenientes del Gran Buenos Aires y/o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En cuanto a la temática de estudio, el Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaki Restaurante poseen características únicas y rasgos singulares que permiten apreciar la historia y el legado de la cultura vasca. El interés histórico y cultural de la obra surge a partir de la llegada de los primeros inmigrantes vascos y de la construcción del hotel en el año 1966. A su vez, tanto en el interior como en el exterior del establecimiento se puede apreciar la expresión constante del mundo vasco; por ejemplo, en la marquesina con tipografía vasca; en las fotografías; la bandera, el escudo, el árbol de Guernika y los colores representativos (rojo, verde y blanco).

La mayoría de los habitantes de la localidad ha utilizado algún espacio de la Asociación Unión Vasca a lo largo de su vida, lo cual genera un vínculo con la Institución. Asimismo, con el apoyo del Gobierno Vasco, se han llevado a cabo actividades culturales y eventos programados de gran magnitud, como la Semana Nacional Vasca, Torneos Nacionales de Mus o el Mundial de Mus, que propiciaron el reconocimiento de la localidad en otras partes del mundo.

En cuanto a las características de los residentes, se destaca la existencia de un gran porcentaje de ciudadanos descendientes de inmigrantes vascos; sin embargo, llamativamente no todos integran la lista de socios de la Asociación Unión Vasca. A pesar de ello, conocen las instalaciones y hacen uso de estas, como así también participan de los diferentes eventos y actividades que se realizan en el hotel y restaurante como en el centro vasco. La mayoría de los residentes relacionan al centro vasco con la cultura, el deporte y la historia. Adicionalmente, se distingue el reconocimiento de los encuestados con respecto a los recursos turísticos culturales que forman parte del legado de la cultura vasca. En este caso, el Hotel Euzko Alkartasuna junto a su restaurante Iñaki se destacan por su impronta histórica-cultural y su valor simbólico que, hoy en día, adquiere por parte de la población local.

Por otro lado, se destaca la relación estructura-funcionamiento en el interés artístico y arquitectónico, en tanto el edificio posee una fachada simple, al igual que su interior, plano y funcional. Del mismo modo, los cuadros con fotografías, los objetos, las esculturas y la cartelera de tipo informativa resaltan su valor estético. Además, en el interés paisajístico y urbanístico se menciona la relevancia de la estructura del hotel en relación con las construcciones laterales de la cuadra y su implantación dentro de un paisaje urbano, en el corazón de la localidad y frente a la plaza principal.

Con respecto a las intervenciones patrimoniales, se observa la incorporación del segundo piso de habitaciones en el año 1981. En términos generales, su estado de conservación es bueno; se realizan frecuentemente tareas de restauración y mantenimiento de las instalaciones. Todas las intervenciones patrimoniales se han ejecutado de acuerdo con lo dispuesto en los contratos con la Asociación Unión Vasca y lo establecido, de forma general, en el código urbanístico de la localidad.

En relación con los usos sociales (de vida, de trabajo y de visita) es posible la realización de diferentes actividades culturales y recreativas que permite atraer visitantes con

diferentes motivaciones e intereses; lo cual representa una oportunidad, producto del creciente auge del turismo interno.

Por último, a partir de las entrevistas realizadas a los diferentes actores sociales del ámbito público y privado, se observa una apreciación positiva acerca del legado de la cultura vasca como potencial atractivo turístico de la localidad. De esta manera, el turismo cultural creativo se evidencia como una modalidad sugerente a desarrollar en la localidad. No obstante, la ausencia de un organismo que regule y gestione el turismo en la localidad, dificulta la realización de un diagnóstico de situación que aporte a la toma de decisiones y al diseño de proyectos que fomenten la relación con la cultura vasca.

4.2. Matriz FODA

En la Tabla VI se presenta la matriz FODA que sintetiza las principales características del área y temática analizada mediante un análisis de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas).

Tabla VI
Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Macachín: importante centro de abastecimiento y proveedor de bienes y servicios de localidades cercanas. - Nodo productivo. - Adecuada conectividad y accesibilidad. - Diversidad de atractivos turísticos naturales, culturales e históricos en la localidad. - Existencia de actividades culturales recreativas que atraen visitantes con diferentes motivaciones e intereses. - Presencia del Hotel Euzko Alkartasuna como atractivo turístico. - Fuerte impronta de la cultura vasca en el interior y exterior del hotel. - Ubicación estratégica y buen estado de conservación del hotel. - Organización de eventos culturales programados de gran magnitud. - Diversidad de usos sociales en las 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasez de empresas de ómnibus de larga distancia. - Inexistencia de registros fehacientes sobre demanda turística-recreativa. - Ausencia de un organismo público que regule la actividad turística en la localidad. - Inexistencia de Declaratoria Patrimonial para el hotel. - Bajo porcentaje de residentes miembros de la Asociación. - Escasa participación de la comunidad local en actividades culturales vascas. - Vacío de proyectos relacionados a la cultura vasca. - Falta de articulación y cooperación en materia turística entre los actores sociales involucrados.

<p>instalaciones del centro vasco.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuantioso número de residentes descendientes de inmigrantes vascos. - La comunidad local se identifica con la colectividad vasca. 	
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del turismo interno/de proximidad. - Auge de la modalidad de turismo cultural-creativo. - Apreciación positiva por parte de los informantes clave, locales y provinciales, sobre el legado de la cultura vasca. - Interés de los entrevistados provinciales en la cultura vasca como potencial atractivo turístico de la localidad. - Comunicación fluida y buena predisposición por parte del gobierno provincial en cuestiones vinculadas al turismo. - Apoyo del gobierno vasco. - Posibilidad de establecer relaciones de complementariedad con otros destinos que integran la región turística “Sudeste Pampeano”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo y promoción de destinos turísticos alternativos que promuevan el turismo cultural-creativo. - Crecimiento de la oferta de modalidades de alojamiento alternativas. - Mercantilización turística y/o patrimonial. - Espectacularización cultural con el fin de atraer turistas. - Efectos negativos de la postpandemia por Covid-19. - Crisis económica por emergencia sanitaria.

Fuente: Menvielle, S., 2021.

Capítulo V:
Lineamientos propositivos y reflexiones
finales



5.1. Lineamientos propositivos

A partir del diagnóstico realizado, se presentan una serie de lineamientos propositivos con el fin de contribuir a la gestión del turismo en Macachín y propiciar el uso del Hotel Euzko Alkartasuna en materia de turismo, recreación y cultura.

5.1.1.

Programa 1: Política turística

Proyecto: Macachín Municipio Turístico

- **Objetivo:** Promover el turismo en la localidad de Macachín a partir de una planificación estratégica.
- **Acciones:**
 - ◆ Elaborar un plan de desarrollo turístico participativo.
 - ◆ Crear un Ente gestor de turismo.
 - ◆ Insertar a la actividad turística-recreativa como Política de Estado mediante acciones concretas de promoción.
 - ◆ Impulsar alianzas estratégicas con el gobierno provincial en la formulación y ejecución de proyectos vinculados a la actividad turística.
 - ◆ Realizar un relevamiento y diagnóstico exhaustivo de la oferta turística.
 - ◆ Realizar un inventario del patrimonio de la localidad.
 - ◆ Identificar productos turísticos potenciales, así como las necesidades de infraestructura básica y de servicios que estos requieren.
 - ◆ Generar normativas y mecanismos de control a través de organizaciones o administraciones para garantizar la viabilidad de las acciones mencionadas.
- **Responsables:** Municipio local.
- **Plazo:** Mediano-largo plazo.

Proyecto: Perfil de la demanda turística-recreativa

- **Objetivo:** Conocer las características de la demanda turística a partir de datos fidedignos y actualizados.
- **Acciones:**
 - ◆ Realizar encuestas periódicas para conocer las características de la demanda.
 - ◆ Evaluar la calidad de la experiencia de los visitantes, así como la intención de repetir su visita.
 - ◆ Conocer las opiniones de los turistas respecto a los servicios turísticos evaluando aspectos positivos y negativos, así como también sus sugerencias.
 - ◆ Crear una base de datos para sistematizar la información recabada.
 - ◆ Identificar mercados de demanda potencial.
- **Responsables:** Personal del Ente gestor del Turismo.
- **Plazo:** Corto plazo.

Proyecto: Promoción turística

- **Objetivo:** Fortalecer la promoción de las actividades turísticas recreativas de la localidad.
- **Acciones:**
 - ◆ Concebir y crear una marca turística para la ciudad de Macachín como destino de turismo cultural.
 - ◆ Crear una página web del Ente gestor de Turismo que brinde información relevante para el turista y el residente.
 - ◆ Fortalecer el uso de Internet y redes sociales como medio de información y difusión de las actividades propuestas.
 - ◆ Elaborar un calendario anual de eventos y acontecimientos programados.
 - ◆ Posicionar a Macachín como destino turístico a través de acciones de promoción en ferias, eventos, seminarios, workshops, entre otros.
- **Responsables:** Área de Cultura de Macachín, Ente gestor de Turismo y recursos humanos para marketing, publicidad y uso de plataformas digitales y redes sociales.

- **Plazo:** Largo plazo.

Proyecto: El Hotel Euzko Alkartasuna: un bien de valor histórico, social y cultural

- **Objetivo:** Reconocer el valor histórico, social y cultural del Hotel Euzko Alkartasuna.
- **Acciones:**
 - ♦ Proteger y conservar el Hotel Euzko Alkartasuna.
 - ♦ Proponer alternativas de conservación patrimonial de acuerdo con los usos actuales del bien.
 - ♦ Preservar los valores de la cultura vasca.
 - ♦ Incorporar el edificio del Hotel en las categorías de protección patrimonial a escala provincial y local.
- **Responsables:** Comisión Provincial de Patrimonio Cultural, Asociación Unión Vasca y Ente gestor de Turismo.
- **Plazo:** Mediano plazo.

5.1.2.

Programa 2: Iniciativas culturales y participativas

Proyecto: Puesta en valor de las raíces vascas

- **Objetivo:** Complementar la oferta turística de la localidad.
- **Acciones:**
 - ♦ Diseñar un circuito histórico-cultural denominado “Raíces Vascas” que incluya la visita al Árbol de Guernika, la Escultura al Inmigrante Vasco, el Hotel Euzko Alkartasuna, el Paseo Iñiqui Unamuno y, en la Plaza Independencia, el sector con placas conmemorativas de los 530 inmigrantes vascos que llegaron a Macachín.
 - ♦ Diseñar un sistema de señalética turística para el circuito “Raíces Vascas” en formato QR.

- ♦ Confeccionar un mapa turístico que integre los componentes históricos y culturales del espacio urbano.
- **Responsables:** Área de Cultura de Macachín, Ente gestor de Turismo, Comisión Directiva del Centro Vasco Euzko Alkartasuna y recursos humanos capacitados en diseño gráfico.
- **Plazo:** Mediano plazo.

Proyecto: Actividades vinculadas a la cultura vasca

- **Objetivo:** Promover la oferta cultural vasca a través de propuestas innovadoras.
- **Acciones:**
 - ♦ Exponer muestras fotográficas y videos informativos sobre el proceso inmigratorio vasco.
 - ♦ Exhibir películas de la industria cinematográfica vasca de manera periódica.
 - ♦ Crear una biblioteca abierta e inclusiva con ejemplares de lectura fácil para interiorizarse sobre mundo vasco.
 - ♦ Ofrecer circuitos virtuales dentro del centro vasco vía Google Street View y/o transmisiones por streaming en redes sociales para conocer las instalaciones y espacios del Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaqi Restaurante.
 - ♦ Generar un espacio de encuentro para el intercambio y participación de artistas y emprendedores locales.
 - ♦ Contactar con influencers para proponer y difundir acciones que permitan popularizar la oferta cultural del Centro Vasco.
- **Responsables:** Asociación Unión Vasca y Área de Cultura de Macachín.
- **Plazo:** Mediano plazo.

Proyecto: Experiencias creativas en el Hotel Euzko Alkartasuna

- **Objetivo:** Implicar a la comunidad local y a los visitantes en la realización de actividades creativas vinculadas a la cultura vasca.

➤ **Acciones:**

- ♦ Brindar talleres de cocina y degustación de platos típicos vascos en el Restaurante Iñaki (paella vasca, pintxos, marmitako, goxua o pantxineta).
- ♦ Dictar Seminarios de “Idioma y Cultura” para aprender la lengua Euskera y explorar las raíces vascas.
- ♦ Organizar eventos y/o talleres para el aprendizaje y la práctica de danzas vascas (Fandango, Auresku o Ezpata Dantza).
- ♦ Ofrecer cursos para personas con intereses en artesanías textiles, por ejemplo, la confección de la boina vasca.
- ♦ Planificar eventos recreativos en fechas conmemorativas de la cultura vasca.
- ♦ Difundir las actividades programadas en los medios de comunicación local y en redes sociales.

➤ **Responsables:** Miembros de la Asociación Unión Vasca, personal del Hotel Euzko Alkartasuna y la comunidad local.

➤ **Plazo:** Mediano plazo.

5.2. Reflexiones finales

A partir de una mirada articulada del patrimonio, las artes y las industrias culturales y creativas, el turismo cultural-creativo fusiona los conceptos convencionales de turismo, cultura y creatividad. De esta manera, se redefine como una tipología emergente del turismo cultural tradicional, en la cual, a partir del contacto y la participación del visitante con la cultura de una comunidad, logra estimular la creatividad. En esta investigación, se analizó el patrimonio cultural de Macachín, provincia de La Pampa, acentuando en los aspectos más sobresalientes de la cultura vasca como parte de su identidad. Es así como la idiosincrasia del destino y de la comunidad local se refleja en las tradiciones, festividades, deportes y danzas, pilares esenciales de esta cultura.

La tesina planteó como objetivo principal analizar las características del Hotel Euzko Alkartasuna como patrimonio cultural vasco desde la perspectiva del turismo cultural-creativo. A partir de este propósito, se obtuvo información a través de fuentes primarias y secundarias para abordar el tema y explorar la importancia de la cultura vasca como recurso turístico en la localidad. El proceso de desarrollo del trabajo de investigación permitió entender que el Hotel Euzko Alkartasuna constituye un atractivo turístico singular para la promoción y desarrollo del turismo cultural creativo en Macachín, provincia de La Pampa. Esto responde a sus criterios de valoración y al reconocimiento turístico y social de la cultura vasca por parte de la comunidad, así como, por el interés manifestado por parte de actores sociales provinciales y locales.

En el Hotel Euzko Alkartasuna se destacan elementos patrimoniales referentes a la colectividad vasca que le otorgan rasgos auténticos al establecimiento. Las intervenciones patrimoniales en el bien mueble se realizan con la certeza de respetar el origen del edificio en cuestión. Como resultado de ello, el hotel posee un buen estado de conservación general, lo cual permite ser utilizado para brindar alojamiento y disfrutar de distintos usos sociales dentro del establecimiento.

A partir de las entrevistas realizadas fue posible conocer características geográficas y turísticas de la localidad; obtener información pertinente relacionada con el marco legal para el fomento turístico provincial, e; identificar la percepción y puntos de vista de los actores sociales involucrados sobre la configuración del legado vasco como potencial atractivo para el desarrollo del turismo cultural-creativo. Lo mencionado, evidenció que los actores no gubernamentales de Macachín (Comisión Directiva de la Asociación Unión Vasca y Hotel Euzko Alkartasuna) poseen proyectos e iniciativas relacionadas con el

patrimonio cultural vasco y su valoración. Sin embargo, la Secretaría de Turismo de La Pampa y el Municipio de Macachín no visibilizan al turismo como una política a desarrollar en la localidad.

El Hotel Euzko Alkartasuna posee características singulares relacionadas a la cultura vasca que favorecen tanto al desarrollo del turismo cultural creativo como su posicionamiento como hotel cultural. Los eventos programados (sociales, culturales, deportivos y recreativos), así como las propuestas esbozadas que implican participación, motivan e impulsan la creatividad, resultan fundamentales para la promoción de esta modalidad turística. En este aspecto, a partir del diagnóstico realizado fue posible generar dos programas. Uno relativo a la definición de una política turística para la localidad con acciones propuestas a materializar en el mediano y largo plazo y otro, referido a iniciativas culturales dentro del centro vasco. De esta manera, en principio se lograría contar con un organismo de gestión del Turismo a nivel local con el cual será posible planificar la actividad, establecer diálogos entre los distintos sub-sectores y fomentar el diseño de proyectos turísticos con los prestadores de servicios de la localidad. A su vez, esto permitirá el desarrollo de iniciativas recreativas y de ocio relacionadas con la cultura vasca, lo que potenciará el vínculo con la comunidad y el interés e interacción con los visitantes; cuestiones que contribuirán a alcanzar un turismo cultural-creativo.

En síntesis, se observa que es posible el desarrollo del turismo cultural-creativo en la localidad con base en la cultura vasca. No obstante, ello será viable si se logran alianzas y un trabajo conjunto y articulado entre los distintos actores involucrados, propiciando el beneficio de la comunidad y también de su legado cultural.

Bibliografía

- ALCORTA, R., RADICS, K., CALISKAN, A., y VAZQUEZ, F. (2009). *Cultural Hotels*. Disponible en: <http://www.culturalhotels.com/culturalhotels.es/Inicio.html>
- ÁLVAREZ, J.H. (2007). *Los pueblos de La Pampa*. Santa Rosa: Fondo Editorial Pampeano.
- ANDER-EGG, E. (1986). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Humanitas.
- ÁVILA BERCIAL, R. y BARRADO TIMÓN, D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*, 15, pp. 27-43. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- BÁKULA, C. (2000). Reflexiones en torno al patrimonio cultural. *Revista Turismo y Patrimonio*, 1, pp.167-174.
- BALLART, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona: Ariel.
- BASANTA, E. (2010). *Mis viajes*. Disponible en: <http://www.missviajes.com/hoteles-historia-turismo-cultural-auge-906997/>
- BILBAO, D. C. (1998). *Testimonio vasco: algo más que boinas en La Pampa*. Santa Rosa: Fondo Editorial Pampeano.
- BUITRAGO, P.F. y DUQUE MÁRQUEZ, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- CONTI, A. y CRAVERO, S. (2010). Patrimonio, comunidad local y turismo: la necesidad de planificación para el desarrollo sostenible. *Notas de turismo y economía*, 1, Universidad de La Plata, pp. 8-30.
- CONVENIO ANDRÉS BELLO (2007). *1º Encuentro Internacional Diversos y Alternos, la gestión cultural en América Latina*. Bogotá: Colombia.
- CRESPÍ VALLBONA, M. y PLANELLS COSTA, M. (2003). *Patrimonio cultural*. Madrid: Síntesis.
- CROCHETTI, S. (2002). *Historias de un lugar en La Pampa: Macachín y su gente*. General Acha: Editora L&M S.R.L.

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA y CENSOS DE LA PROVINCIA DE LA PAMPA (2021). Disponible en: <https://estadistica.lapampa.gob.ar/>

FERNÁNDEZ, G.; RAMOS, A.; VALENZUELA, S. y RICCI, S. (2015). Geodiversidad, Patrimonio Minero y Geoturismo: Propuesta De Parque Geominero en Argentina. *Turismo y Sociedad*, 17, pp. 19-20. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=2746085>

GENISE, C. (2010). “Hotelería tradicional versus nuevas modalidades de alojamiento. Hoteles boutique y hoteles de estrellas”. (Trabajo final de grado inédito, s/director). Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación.

GUTIÉRREZ, R. (2014). Patrimonio: valor cultural-valor económico. En: Zingoni, J. M. & Pinassi, A. *Gestión del patrimonio urbano*. Bahía Blanca: Ediuns, pp. 81-86.

HERNANDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2014). *Metodología de la investigación*, 6ª edición. México: Mc. Graw Hill.

ICOMOS (1976). *Carta de turismo cultural*. Disponible en: https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion_migracion/Cuaderno/123_3923470073_ph14.carlos_romero.pdf

INSTITUTO CULTURAL VASCO (1990). *Cultura Vasca*. Disponible en: <https://www.eke.eus/es/cultura-vasca/pais-vasco/historia>

LEBRÚN ASPÍLLAGA, A. M. (2014). Industrias culturales, creativas y de contenidos. *Consensus*, 19 (2), pp. 45-57.

Ley N° 876 /1985. 21 octubre de 1985. Ley Provincial de protección al patrimonio vinculado a las Salinas. Santa Rosa, La Pampa, Argentina.

Ley N°3/1979. 18 diciembre de 1979. Ley Organiza de Estatuto de Autonomía para el País Vasco. Madrid, España.

Ley N° 2.083. 16 diciembre de 2016. Ley Provincial de conservación del patrimonio cultural pampeano. Santa Rosa, La Pampa, Argentina.

Ley N° 3092. 31 agosto de 2018. Ley Provincial de Turismo. Santa Rosa, La Pampa, Argentina.

MARQUES, L. (2012). Boosting potential creative tourism resources: the case of Siby (Mali). *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 2 (4), pp. 111-128.

MEYER, C (2008). *Nuevas modalidades de alojamiento*. Disponible en: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2009/09/nuevas-modalidades-de-alojamiento.pdf>

MENVIELLE, S. (2021). *Mapa de Euskal Herria*. 2021. Uso: SAS Planet. Programa de descarga de mapas e imágenes satelitales de distintos servidores. Escala 1 cm = 300 kilómetros approx.

MENVIELLE, S. (2021). *Localización de Macachín, provincia de La Pampa*. 2021. Escala 1 cm = 250 kilómetros approx. Instituto Geográfico Nacional.

OHRISDKA-OLSON, R. (2010). *Turismo creativo: la fase más avanzada del turismo cultural*. Disponible en: <http://es.slideshare.net/rokambur/turismo-creativo?related=1>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). (2014). *Glossary of tourism terms*. Disponible en: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary-of-terms.pdf>

OSORIO GARCÍA, M. (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, 52 (17), pp. 235-259.

PINASSI, C. A. (2016). “La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: el caso de Bahía Blanca”. Directora Dra. Patricia Susana Ercolani (Tesis doctoral inédita). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

PINASSI, C. A. (2018). Turismo creativo. El fin de la competitividad de Sergio Molina. *ACTA Geográfica*, Boa Vista, 29 (12), pp. 173-178.

PINILLOS, A.M. (2000). *Un Paraje Llamado Macachín*. Santa Rosa: Fondo Editorial Pampeano.

QUARTESAN, A., M. ROMIS y F. LANZAFAME. (2007). *Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

QUEROL, M. A. (2010). *Manual de gestión del patrimonio cultural*. Madrid: Akal.

RADIO y TELEVISIÓN ARGENTINA. [RTA]. (2016, mayo, 16). “Historias de la Argentina secreta”: *Los vascos de Macachín, 1991* [Archivo de video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=iqPshxhhucg&t=2101s>

RECUERO, N., BLASCO, F., y GARCIA DE MADARIAGA, J. M. (2016). *Marketing del Turismo Cultural*. Madrid: ESIC.

Resolución MC N° 117/16. 19 mayo de 2016. Programa “Red de Ciudades Creativas”. Buenos Aires, Argentina.

REYNOSO SAVIO, M. C. (2008). “Los vascos y su lengua en Santa Rosa, La Pampa”. Directora: Dra. Ana V. Fernández Garay. (Tesina de grado). Universidad Nacional de La Pampa. Facultad de Ciencias Humanas.

RICHARDS, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: Cab International.

RICHARDS, G. y RAYMOND, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*. 23, pp. 16-20.

RICHARDS, G. (2003). Turismo creativo: una nueva estrategia. *Investigación y estrategias turísticas*. Madrid: Thomson, pp. 107-122.

RICHARDS, G. y WILSON, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*. 27 (6), pp.1209-1223.

RICHARDS, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (36), pp. 1-24.

SOSA, R. M. (2017). “Turismo Creativo. Caso Ciudad de Buenos Aires”. Directora: Silvina Gómez. (Tesina de grado inédita). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

TAN, S. K., LUH, D. B. y KUNG, S.F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*. 42, pp. 248-259.

TOSELLI, C. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina. *Portal iberoamericano de Gestión cultural*.

TRESSERRAS, J. (2013). *La gestión del Turismo Creativo*. En Curso de posgrado en gestión de ciudades y emprendimientos. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba.

TRESSERRAS, J. (2015). *El turismo naranja: el color del turismo cultural y creativo. Rumbo a una alianza estratégica entre los sectores cultural y turístico*. Disponible en: https://www.hosteltur.com/comunidad/004289_el-turismo-naranja-el-color-del-turismo-

[cultural-y-creativo-rumbo-a-una-alianza-estrategica-entre-los-sectores-cultural-y-turistico.html](#)

TRESSERRAS, J. (2019). *Turismo Cultural: retos y perspectivas desde el patrimonio, las artes y las industrias culturales*. En Cátedra UNESCO de Turismo Cultural UNTREF/AAMNBA, Buenos Aires, Argentina.

TRESSERRAS, J. (2021). Turismo Cultural Sostenible. *Revista CCK*, 11, Fundación Kreanta.

TSCHRISTER, A. (2018). “Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana”. (Tesina de grado inédita). Directora: Lic. Valeria Gil. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

UNESCO (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism*. En Actas de la Conferencia Internacional sobre Turismo Creativo de 2008, Estados Unidos, Argentina y México.

UNESCO (2009). *Política para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_Guía.pdf

VARISCO, C., CASTELLUCCI, D., GONZÁLEZ, M. G., MUÑOZ, M. J., PADILLA, N., CAMPOLIETE, L. y BENSENY, G. (2014). El relevamiento turístico: de Cicatur a la planificación participativa. *Nulan FCE y S*, 3 (4), pp. 45-54.

Fuentes consultadas:

Red de Ciudades Creativas (2020). Disponible en: www.cultura.gob.ar/noticias/red-de-ciudades-creativas/

Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (2020). Disponible en: <https://es.unesco.org/creative-cities/content/ciudades-creativas>

Secretaría de Turismo De La Provincia De La Pampa (2021). Disponible en: <https://turismo.lapampa.gob.ar/>

Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Provincia de La Pampa (2021). Disponible en: <https://estadistica.lapampa.gob.ar/la-pampa-en-el-pais-por-poblacion.html>

Instituto Geográfico Nacional (2016). Disponible en: [Mapas Escolares | Instituto Geográfico Nacional \(ign.gob.ar\)](#).

Informantes clave entrevistados

CABAK, J. (2021, abril 8). Entrevista personal a Jorge Cabak, actual Intendente del Municipio de Macachín.

PROSPERI, O. (2020, octubre 2). Entrevista personal a Oscar Prospero, actual Gerente del Hotel Euzko Alkartasuna.

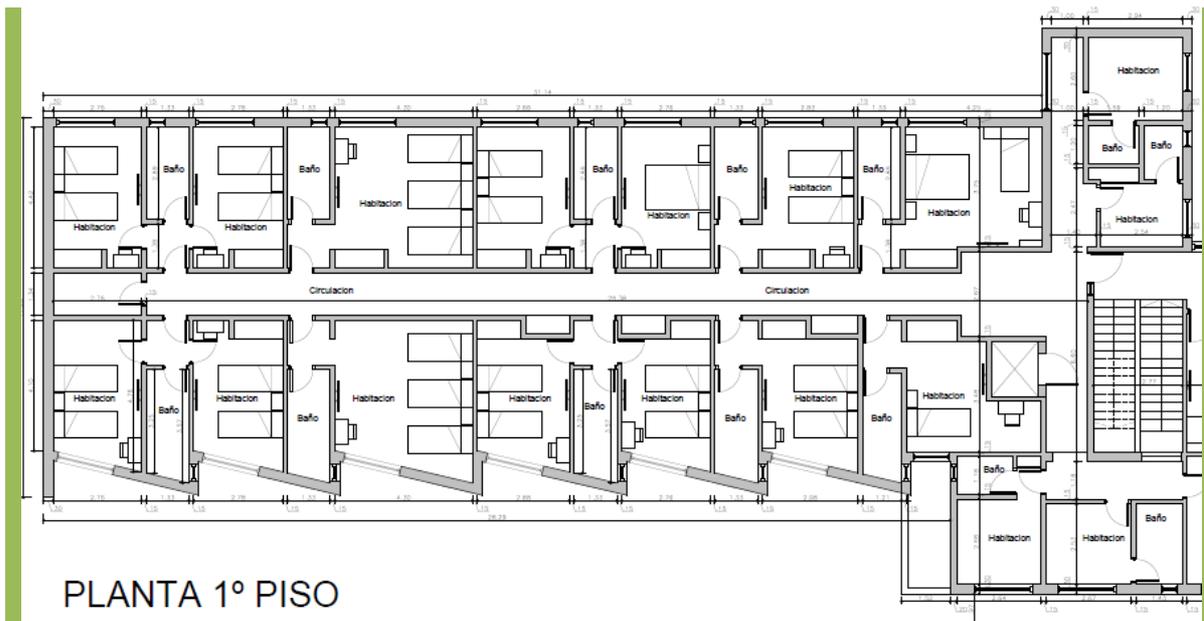
STEFANAZZI ARZE, A. (2021, marzo 31). Entrevista virtual vía Zoom realizada a la Licenciada Ana Florencia Stefanazzi Arze, actual Subsecretaria de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo de La Pampa.

VICENTE, T. (2020, noviembre 13). Entrevista personal a Tomás Vicente, miembro de la comisión directiva de la Asociación Unión Vasca.

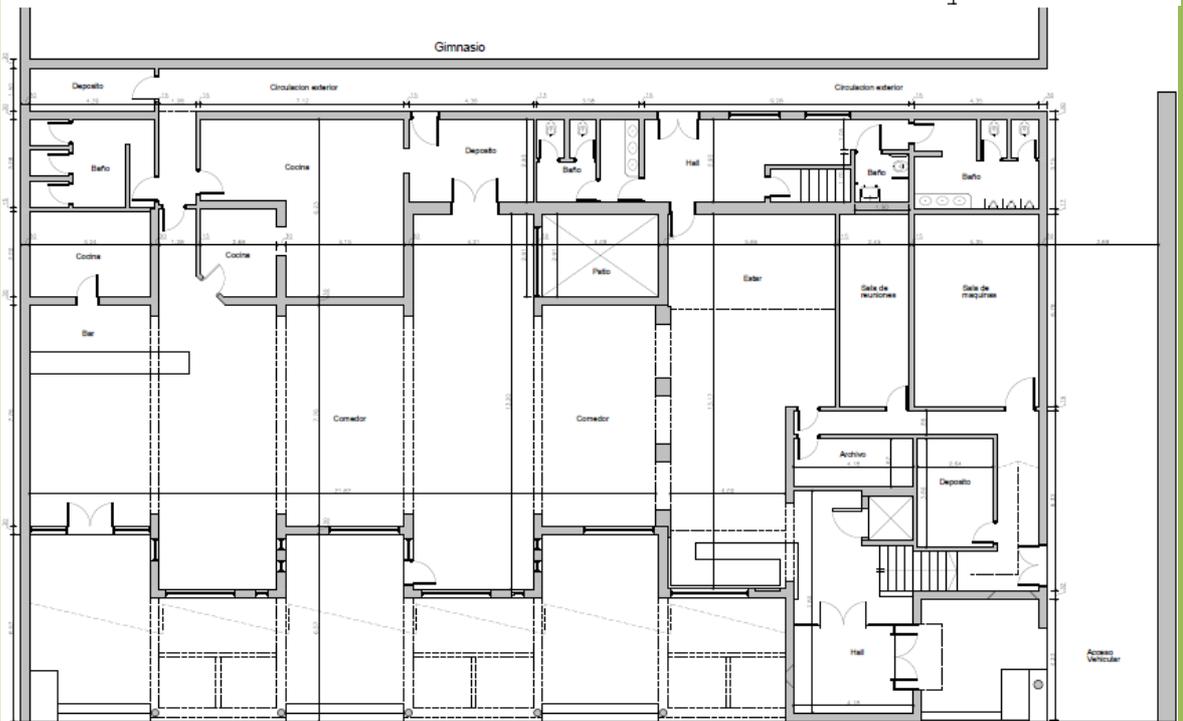
Anexos

Anexo I: Ficha de inventario patrimonial: Hotel Euzko Alkartasuna

INVENTARIO PATRIMONIAL DE MACACHÍN				
DATOS GENERALES		UBICACIÓN		
Nombre del edificio	Hotel Euzko Alkartasuna			
Año de construcción	1966			
Constructor	Armando Lengaran			
Arquitecto	Kerman Ortiz de Zarate			
Superficie aproximada	1800m ²			
Propietario original	Asociación Unión Vasca			
Concesionario actual	Prosperi Oscar	Calle	Parodi 340	
Uso original	Hotel	Localidad	Macachín	
Uso actual	Hotel	Departamento	Atreu-Có	
Uso posible	Hotel	Provincia	La Pampa	
Declaración patrimonial	No posee	DATOS CATASTRALES		
		Núm. Partida	Manzana	Parcela
		584.587/1	26	63
RELEVAMIENTO PLANIMÉTRICO				
PLANTA 2º PISO				



PLANTA 1º PISO



PLANTA BAJA esc. 1=100

Interés histórico-cultural

El 22 de enero de 1966 se inaugura el Hotel Euzko Alkartasuna, primera edificación de la Asociación Unión Vasca. Los autores de la obra fueron: Armando Lengaran y Kerman Ortiz de Zarate. En 1981, se decide realizar una ampliación del hotel y dotarlo de un segundo piso con el doble de habitaciones. En 2009, se cierra el hotel al público por casi 2 años. Finalmente, el 20 de Abril de 2012 reabre bajo la concesión de Oscar Proserpi, actual gerente.

El hotel ha sido sede de diversos eventos programados de gran magnitud, provinciales, nacionales e internacionales, por ejemplo, las Semanas Naciones Vascas de 1985, 1994 y 2015 y el Mundial de Mus de 2018.

La cultura vasca se ve reflejada en todo momento, tanto en su interior como en el exterior. Los colores y las diferentes esculturas,

	<p>objetos decorativos y cuadros lo demuestran.</p>
<p>Interés artístico- arquitectónico</p>	<p>El edificio presenta la arquitectura típica de los hoteles construidos en el país en los años 60. Fachada simple, así como su interior plano y funcional. Una recepción, unida a un pequeño living/sala de estar y separada, a través de unos arcos de piedra, del Restaurante Iñaki. Todo este ambiente se conecta mediante una escalera principal a ambos pisos, donde se encuentran largos pasillos que comunican con las diferentes habitaciones. En su interior, existe un reflejo constante de la cultura vasca, tanto en fotos, esculturas y objetos. En este caso, también se destaca la cartelería expuesta en su fachada. El hotel conserva la estructura original y los valores vascos a pesar de que se han incorporado artefactos de iluminación y apliques de pared modernos. Por otra parte, el estado de conservación es bueno, no se registraron manchas de humedad, ni pintura saltada, ni pisos en mal estado, ni malos olores. En cuanto al uso del suelo, se emplaza en el sector administrativo y comercial de la localidad.</p>
<p>Interés paisajístico- urbanístico</p>	<p>El hotel se encuentra emplazado frente a la Plaza Independencia, lo que le confiere una ubicación estratégica, tanto en lo estético como en lo comercial. En este espacio se puede observar presencia de vegetación, desde árboles simbólicos como el árbol de Guernica (un ejemplar de roble que refleja la libertad vasca) hasta arbustos y flores. En relación con los edificios aledaños, se destaca la importancia que adquiere la estructura del edificio, la cual se acentúa sobre las demás construcciones laterales.</p>

GALERÍA DE FOTOS



	
	
<p>OBSERVACIONES</p>	<p>Con respecto a la seguridad, en el interior del hotel se observan cintas refractarias en color negro en la mayoría de los escalones de las escaleras, además, posee detector de humo, matafuegos a la vista, luces de emergencia, alarmas contra incendios y vidrios ignífugos y antiestallo. Las salidas y demás señales de emergencia se encuentran bien señalizadas.</p>
<p>BIBLIOGRAFÍA</p>	<p>Pinillos, A. M. (2000). <i>Un Paraje Llamado Macachín</i>. Santa Rosa: Fondo Editorial Pampeano. Prosperí O (2020). Entrevista en el lugar al actual concesionario. Cartelería histórica del lugar. Mapas sobre la base de SAS Planet, 2021. Algunas fotos fueron tomadas en el lugar el día de la visita con autorización previa, otras pertenecen al fotógrafo local, Rojo Gabriel.</p>
<p>RESPONSABLE</p>	<p>Menvielle, Sofía.</p>
<p>FECHA</p>	<p>21 de Marzo de 2021</p>

A continuación, se presentan los modelos de entrevista para los gestores vinculados al ámbito público (Anexo II y III).

Anexo II: Entrevista a informantes clave.

Modelo de entrevista realizada a Ana Florencia Stefanazzi Arze, Subsecretaria de Desarrollo Turístico de La Pampa.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en su cargo como Secretaria en el área de Turismo en su rol como Subsecretaria de Desarrollo Turístico de La Pampa? ¿Cuáles son sus principales funciones?
2. ¿Qué rol cumple o que aporta Macachín a la región turística “Sudeste Pampeano”?
3. ¿Considera que Macachín podría tener su propia Dirección de Turismo?
4. ¿Existen productos turísticos relacionados a la cultura vasca en la provincia?
5. ¿Se tiene conocimiento de la existencia del centro vasco de Macachín?
6. ¿Cree importante el legado de la cultura vasca como recurso turístico para la localidad de Macachín?
7. ¿Considera que el Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaki Restaurante son atractivos para los visitantes que llegan a la localidad? Y además ¿importantes para la localidad desde el punto de vista histórico-cultural?
8. ¿Considera que el turismo puede convertirse en una actividad para revalorizar la cultura vasca?
9. ¿Existen acciones de gestión turística que permitan fomentar y fortalecer la relación turismo -cultura vasca en Macachín? ¿Existen proyectos a futuro?
10. ¿Considera que se puede desarrollar la modalidad de turismo cultural creativo relacionado a la cultura vasca? ¿De qué manera? ¿Qué sugerencias brindaría para valorar la cultura vasca como parte del patrimonio cultural?
11. Desde la Secretaria de Turismo, ¿realizan encuestas a turistas? ¿Conoce cuál es el perfil del turista que visita los destinos de la provincia y la región? ¿De dónde proviene la mayor demanda? ¿Cuál es su principal motivación?

Anexo III: Entrevista a informantes clave

Modelo de entrevista realizada a Jorge Cabak, Intendente de Macachín.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en su cargo como Intendente de Macachín? ¿Cuáles son sus principales funciones?
2. ¿Qué importancia tiene el turismo en la gestión municipal? ¿Existe un marco legal u ordenanza que exprese el interés del municipio por el desarrollo del turismo en la localidad? ¿Reciben apoyo desde el gobierno provincial? ¿De qué tipo?
3. ¿Tiene conocimientos acerca de la existencia de la región turística denominada “Sudeste Pampeano”?
4. ¿Cree que Macachín tiene potencial turístico? ¿Cuáles son los componentes/atractivos de la localidad que cree que tienen potencialidad para desarrollar la actividad turística?
5. ¿Cuáles son las acciones/propuestas que se están llevando a cabo para diversificar/ampliar la oferta turística?
6. ¿Cómo consideras que se está desarrollando la actividad turística en la localidad?

- (cantidad de visitantes, procedencia, estadía, motivación, otros)
7. ¿Cree que el equipamiento turístico de la localidad es suficiente? ¿En qué estado se encuentra?
 8. ¿Existe un área/ espacio destinado al ámbito turístico o un referente turístico dentro del municipio?
 9. ¿Cree importante el legado de la cultura vasca como recurso turístico para la localidad de Macachín?
 10. ¿Considera que el Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaki Restaurante son atractivos (por la cultura, el patrimonio, las actividades) para los visitantes que llegan a la localidad? Y además ¿importantes para la localidad desde el punto de vista histórico-cultural?
 11. ¿Considera que se puede desarrollar la modalidad de turismo cultural creativo relacionado a la cultura vasca? ¿De qué manera? ¿Qué sugerencias brindaría para valorar la cultura vasca como parte del patrimonio cultural?

Anexo IV: Modelo del cuestionario: “La valoración del Hotel Euzko Alkartasuna y la cultura vasca por parte de la comunidad de Macachín”

Introducción

Con el propósito de obtener el grado de Lic. en Turismo en la Universidad Nacional del Sur (Departamento de Geografía y Turismo), el siguiente cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la tesis. Uno de los objetivos de la investigación es conocer la valoración del Hotel Euzko Alkartasuna y la cultura vasca por parte de la comunidad de Macachín.

SE RUEGA RESPONDER SÓLO SI ES O FUE RESIDENTE DE MACACHÍN

Cabe aclarar que la información es de carácter confidencial, las respuestas son anónimas y pedimos que sean lo más honestas posibles. No hay respuestas correctas o incorrectas, la información será tenida en cuenta para fines estadísticos.

¡Muchas gracias por su colaboración!

1. ¿Género?
 - Femenino
 - Masculino
 - Otro.....
2. ¿En qué rango etario se encuentra?
 - Menor de 18 años
 - 19 a 25 años
 - 26 a 40 años
 - 41 a 60 años
 - Más de 60 años
3. ¿Cuál es su ocupación?
 - Profesional
 - Autónomo/Emprendedor
 - Empleado
 - Ama de casa

- **Estudiante**
 - **Jubilado**
 - **Otros.....**
- 4. ¿Es descendiente de inmigrantes vascos?**
- **Sí**
 - **No**
 - **No sé**
- 5. Si es descendiente vasco, ¿de qué región proviene?**
.....
- 6. ¿Es integrante de la Asociación Unión Vasca?**
- **Sí**
 - **No**
- 7. ¿Conoce las instalaciones (hipódromo, hotel y/o restaurant, salón de cultura, canchas de deportes, etc.) referentes de la Asociación Unión Vasca?**
- **Sí**
 - **No**
- 8. En caso afirmativo: ¿Qué uso hace de esas instalaciones? Puede seleccionar múltiples respuestas**
- **Asistir a Txoko Bar**
 - **Acudir a Iñaki Restaurante**
 - **Visitar el Hotel Euzko Alkartasuna**
 - **Práctica de deportes/ejercicio físico**
 - **Danzas Vascas**
 - **Bailar Folklore**
 - **Aprendizaje de Euskera**
 - **Alquiler de parrillas para eventos**
 - **Asistir a otros eventos programados/reuniones**
 - **Concurrir a la Taberna Vasca**
 - **Jugar al Mus**
 - **Turf/Carreras de caballos**
 - **Destrezas criollas**
 - **Doma**
 - **Otro uso.....**
- 9. En relación a la pregunta 7, si su respuesta fue negativa ¿Por qué cree que no conoce las instalaciones vascas?**
- **Falta de interés**
 - **Desconocimiento de los eventos/actividades**
 - **Otro.....**
- 10. ¿Cree que se puede mejorar la forma en que se muestran y difunden las actividades y eventos que lleva a cabo la institución?**
- **Sí**
 - **No**
- 11. ¿De qué manera?**
.....
- 12. ¿Con qué actividades y/o aspectos relaciona al centro vasco de Macachín? Puede seleccionar múltiples respuestas**
- **Historia**
 - **Arquitectura**
 - **Cultura**
 - **Deporte**

- Naturaleza y paisaje
 - Área de descanso y recreación
 - Gastronomía
 - Danza
 - Turismo
 - Otro.....
13. Con respecto al Hotel Euzko Alkartasuna, ¿lo conoce/ lo ha visitado?
- Sí
 - No
14. ¿Ha asistido a Iñaki Restaurante?
- Sí
 - No
15. ¿Considera que tanto el hotel como el restaurante son importantes para la localidad desde el punto de vista histórico-cultural?
- Sí
 - No
16. ¿Considera que el Hotel Euzko Alkartasuna e Iñaki Restaurante son atractivos para los visitantes que llegan a la localidad?
- Sí
 - No
17. Si su respuesta fue negativa, ¿Por qué?
-
18. ¿Cree importante el legado de la cultura vasca, como recurso turístico para la localidad de Macachín?
- Si
 - No
19. ¿Por qué?
-
20. Con respecto al ámbito turístico en la localidad: ¿Te gustaría que se fomente o se intensifiquen los conocimientos acerca de la cultura vasca?
- Sí
 - No