



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

TESIS DE DOCTOR EN GEOGRAFÍA

REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS, PRODUCCIÓN DE IMÁGENES Y USOS DE LOS ESPACIOS. LA
EXPERIENCIA TURÍSTICA DE LOS VISITANTES ANTÁRTICOS EN LA ANTÁRTIDA Y EN USHUAIA
COMO DESTINOS TURÍSTICOS REMOTOS

MARISOL VEREDA

BAHIA BLANCA

ARGENTINA

2018

PREFACIO

Esta Tesis se presenta como parte de los requisitos para optar al grado Académico de Doctor en Geografía, de la Universidad Nacional del Sur y no ha sido presentada previamente para la obtención de otro título en esta Universidad u otra. La misma contiene los resultados obtenidos en investigaciones llevadas a cabo en el ámbito del Departamento de Geografía y Turismo durante el período comprendido entre el 4 de noviembre de 2010 y el 6 de febrero de 2018, bajo la dirección del Doctor Roberto Bustos Cara.

Marisol Vereda



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
Secretaría General de Posgrado y Educación Continua

La presente tesis ha sido aprobada el/...../..... , mereciendo la
calificación de(.....)

DEDICATORIA

A mi mamá, Adonina, por su amor incondicional y ejemplo de vida.

A Jorge, mi esposo y compañero en la vida, que siempre me apoya en todo lo que decido emprender.

A Iñaki, mi hijo, que le da sentido a la vida e inspira los desafíos.

A María Elena, mi querida amiga.

AGRADECIMIENTOS

Llegar al final de esta investigación conlleva el involucramiento de numerosas personas, que con su apoyo han contribuido en la realización de esta tesis. Es así que quisiera expresarles mi más profundo agradecimiento.

Al Dr. Roberto Bustos Cara, por dirigir este trabajo con gran dedicación, entusiasmándome para seguir adelante y brindando su tan calificada mirada en la lectura de los manuscritos.

A la Universidad Nacional del Sur, por abrir sus puertas y proporcionarme la oportunidad de realizar los estudios de doctorado, especialmente a los Secretarios de Posgrado y al personal docente y no docente del Departamento de Geografía y Turismo.

A las dos universidades donde me he desempeñado, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco y Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, por considerar valiosos los aportes que han surgido durante el desarrollo de esta tesis y estimular mi formación.

A mis queridos colegas y alumnos de la Carrera Licenciatura en Turismo, por animarme siempre a seguir adelante con el trabajo de investigación y brindarme su apoyo para que pudiera finalizar con este trayecto.

A los responsables del área antártica de nuestro país, la Dirección Nacional del Antártico y la Dirección Nacional de Política Exterior Antártica, por considerar nuestras contribuciones y permitirme participar de las Reuniones Consultivas del Tratado Antártico que tanto me han ayudado a ampliar la mirada sobre este espacio tan complejo.

A Ariel Mansi, por sus sabios consejos y enseñanzas.

Por otra parte, distintos actores del sector privado han contribuido de manera significativa. Particularmente, la agencia marítima Navalía que me facilitó el acceso a diferentes operadoras turísticas para realizar encuestas y entrevistas, a la empresa Antarpply Expeditions, que en uno de los viajes facilitaron cuestiones de interés para esta tesis, en especial, Monika Schillat, Daniel Martinioni, Sebastián Arrébola y Cecilia Ratto.

A Patricia Galván, excelente profesional y amiga quien ha provisto invaluable aportes desde su conocimiento de la operatoria antártica. Además, ha contribuido en el diseño de las encuestas, su recolección y también en la edición de manuscritos en español y en inglés; su ayuda ha sido fundamental para mí.

A Sergio Osiroff, por compartir tan generosamente su conocimiento sobre el espacio antártico.

A los guías de turismo, Sergio Chenlo, Paula Nuñez, Susana Ghiringhelli, Soledad Schwarz, María Laura Borla, que han recolectando encuestas entre sus pasajeros, contribuyendo a sumar un importante número de casos.

De manera especial, quisiera manifestar mi más sentido agradecimiento a dos académicas de reconocida trayectoria. Marie Jensen, compañera de ruta y entrañable amiga, con quien hemos construido un camino de investigación en relación con la Antártida y Ushuaia en su rol de puerta de entrada, y quien me ha apoyado incondicionalmente para terminar esta tesis. María Elena Daverio, gran amiga e investigadora, hoy no se encuentra entre nosotros, pero ha dejado sembrada la curiosidad para que sigamos adelante con este itinerario antártico.

Finalmente, a mi querida familia, fuente de inspiración para emprender desafíos y por su acompañamiento permanente.

RESUMEN

Ushuaia, ubicada en el extremo meridional de América del Sur (54° 48' S / 68° 19' O), representa un importante centro receptor como destino de naturaleza. Particularmente, reviste especial interés su rol de puerta de entrada para los cruceros antárticos que aprovechan una serie de ventajas de este destino para realizar recambios de pasajeros y operaciones logísticas. Es en este segmento de la demanda turística donde se centra la atención de esta tesis.

De este modo, nos proponemos trabajar sobre las relaciones entre la Antártida y Ushuaia, entendiendo la práctica turística como eje estructurante que nos permite analizar cómo se desarrollan las representaciones e imaginarios y cómo se utilizan los espacios por parte del turismo marítimo antártico.

Para abordar la problemática planteada, resulta imprescindible definir el turismo como una práctica social, con consecuencias específicas en el territorio, donde cobra sentido no sólo el espacio de destino turístico como receptor de los flujos, sino también el espacio emisor, donde se generan las necesidades, motivaciones, expectativas e imágenes y la ruta de tránsito. Entendemos el espacio como totalidad, el espacio geográfico como objeto de nuestra preocupación. De este modo, se busca analizar cómo el espacio participa en el turismo y cómo el turismo contribuye a su transformación.

El enfoque metodológico planteado es de naturaleza tanto cuantitativa como cualitativa que se complementan. La fase cuantitativa se basa en encuestas a visitantes antárticos en tanto que la cualitativa, comprende el análisis de documentos, entrevistas en profundidad y observación participante.

ABSTRACT

Ushuaia, located at the southern tip of South America (54° 48' S / 68° 19' O), is an important nature-based tourist destination. Particularly, it became a relevant gateway to Antarctica for sea-borne tourism that benefits from the advantages this place offers to change over passengers and to carry out logistic operations. This thesis focuses on this specific segment, Antarctic tourism.

In this regard, we work on the relationships between Antarctica and Ushuaia, considering tourist practices as the structural axis that allows us to analyse how representations and images are developed and in which ways spaces are used by Antarctic tourism.

In order to address this topic, it is imperative to understand tourism as a social practice, with specific consequences in the territory, considering not only the tourism destination, but also the place of origin of visitors where necessities, motivations and expectations are formed. We understand the space as a whole, the geographical space as the key factor of our concerns. In this way, we try to see how the space participates in tourism and how tourism contributes to its transformation.

The research comprised both a quantitative and qualitative methodological approach. For the former, surveys of Antarctic visitors were collected. For the latter, the analysis of documents, interviews and participant observations were carried out.

**REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS, PRODUCCIÓN DE IMÁGENES Y USOS
DE LOS ESPACIOS. LA EXPERIENCIA TURÍSTICA DE LOS VISITANTES
ANTÁRTICOS EN LA ANTÁRTIDA Y EN USHUAIA COMO DESTINOS
TURÍSTICOS REMOTOS**

PREFACIO	ii
AGRADECIMIENTOS	iv
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii

INTRODUCCIÓN

Presentación de la investigación	1
Marco territorial: Antártida y Ushuaia, Tierra del Fuego	22

PARTE I. APROXIMACIONES TEÓRICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

CAPÍTULO 1: LA CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

1.1 El turismo como práctica social	41
1.2 Las prácticas turísticas entre el modelo fordista y la lógica posfordista	44
1.3 La relación entre espacio y turismo	49
1.4 Destinos remotos del turismo	57
1.5 Los flujos turísticos en el mar	60

**CAPÍTULO 2: REPRESENTACIONES E IMAGINARIOS EN LA CONSTRUCCIÓN
DEL ESPACIO TURÍSTICO**

2.1 La percepción del espacio turístico y las representaciones sociales	63
2.2 Imaginarios turísticos	70
2.3 Paisaje y la construcción de la atraktividad	73
2.4 Los valores estéticos del paisaje	81
2.5 La construcción del paisaje desde el lenguaje: el círculo de la representación	86

CAPÍTULO 3: LA EXPERIENCIA TURÍSTICA

3.1 La naturaleza de la experiencia turística	89
3.2 Búsqueda de autenticidad y aprendizaje	94
3.3 Motivaciones, formación de expectativas y comportamiento	99
3.4 Tipología de visitantes según la motivación y el comportamiento	104

CAPÍTULO 4: DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Introducción	108
4.2 Hipótesis y objetivos	109
4.3 Enfoques metodológicos	112
4.4 Enfoque cuantitativo	113
4.5 Enfoque cualitativo	115
4.6 La construcción de los mapas	121

PARTE II. TURISMO ANTÁRTICO: LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO DESDE EL DISEÑO DE LOS VIAJES

CAPÍTULO 5: LA PENÍNSULA ANTÁRTICA EN LA DEFINICIÓN DE LOS VIAJES TURÍSTICOS

5.1 Caracterización del turismo antártico	126
5.2 Principales regulaciones para el uso del espacio	130
5.3 Región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur y sus áreas de interés turístico	131
5.4 Análisis espacial de los viajes antárticos	139
5.5 Consideraciones sobre el capítulo	165

CAPÍTULO 6: USHUAIA EN SU ROL DE PUERTA DE ENTRADA A LA ANTÁRTIDA

6.1 El rol de las puertas de entrada para el turismo antártico	166
6.2 La función de espacios asociados a los viajes antárticos en el Atlántico Sur	169
6.3 Comportamiento de los flujos turísticos antárticos en Ushuaia en su relación con otros puertos de la región austral	176

6.4 Valoración de Ushuaia como puerta de entrada por los miembros del <i>staff</i> de los buques y de los capitanes	187
6.5 Consideraciones sobre el capítulo	190

PARTE III. LA PERCEPCIÓN DE LA ANTÁRTIDA COMO DESTINO REMOTO

CAPÍTULO 7: EL LENGUAJE DEL TURISMO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA ATRACTIVIDAD

7.1 Introducción	194
7.2 Los folletos en la mediación de las representaciones de Antártida	194
7.3 El contenido textual de los folletos	198
7.4 El contenido visual de los folletos	206
7.5 Consideraciones sobre el capítulo	210

CAPÍTULO 8: REPRESENTACIONES Y EXPERIENCIA DEL VIAJE ANTÁRTICO

8.1 Introducción	212
8.2 Perfil sociodemográfico de la muestra	213
8.3 Imágenes antárticas previas a la partida	216
8.4 La experiencia de los visitantes <i>in situ</i>	221
8.5 El juicio <i>a posteriori</i> : la satisfacción de la visita	224
8.6 Consideraciones sobre el capítulo	232

CAPÍTULO 9: COMPORTAMIENTO DE LOS VISITANTES EN EL VIAJE ANTÁRTICO

9.1 Introducción	233
9.2 Zarpe de Ushuaia, cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake	233
9.3 Visita a la Península Antártica	237
9.4 Viaje de regreso	249
9.5 Consideraciones sobre el capítulo	255

PARTE IV. USHUAIA COMO DESTINO COMPLEMENTARIO DE LA ANTÁRTIDA

CAPÍTULO 10: USHUAIA EN EL CONTEXTO DE LOS VIAJES ANTÁRTICOS

10.1 Introducción	257
10.2 Asignación de roles desde los folletos turísticos antárticos	258
10.3 La presencia de Ushuaia y Tierra del Fuego en los itinerarios desde el contenido textual	259
10.4 La representación desde el contenido visual	268
10.5 Promoción de viajes post-crucero	270
10.6 Consideraciones sobre el capítulo	271

CAPÍTULO 11: USHUAIA EN EL IMAGINARIO Y EN LA EXPERIENCIA DE LOS VISITANTES ANTÁRTICOS

11.1 Introducción	272
11.2 La experiencia en el destino	272
11.3 Las preferencias de los visitantes para Tierra del Fuego	278
11.4 Valorización del espacio en relación con la Antártida	280
11.5 Consideraciones sobre el capítulo	282

CONCLUSIONES	284
---------------------	-----

RECOMENDACIONES	293
------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	295
---------------------	-----

ANEXOS

A1. Regulaciones del Sistema del Tratado Antártico para el turismo	313
A2. Nombres geográficos de la Península Antártica	317
A3. Listado de acrónimos	322
A4. Instrumentos para la recolección de datos	323

ÍNDICE DE FIGURAS	332
--------------------------	-----

INTRODUCCIÓN

Presentación de la investigación

En el transcurso de los últimos años en la sociedad moderna se pone de manifiesto una búsqueda de prácticas turísticas con posibilidad de ofrecer experiencias directas con los bienes naturales y/o culturales, en contraposición con la artificiosidad de las sociedades postindustriales, esto se demuestra a partir de la existencia de una demanda cada vez más intensa de áreas naturales poco alteradas y conservadas. La puesta en el mercado de la naturaleza como “bien de consumo” se ha convertido en un elemento clave en la conformación de productos turísticos. Respondiendo a la aparición en la sociedad moderna del ecologismo como práctica política que revisa críticamente las prácticas sociales que se llevan adelante, desde el turismo comienzan a desarrollarse nuevos modelos de comercialización focalizados hacia destinos turísticos que cuentan con importantes áreas naturales y se instala un nuevo discurso hegemónico sobre criterios sostenibles del uso de los recursos que pretende reivindicar este tipo de prácticas.

En consecuencia, destinos lejanos y relativamente desconocidos ocupan un lugar destacado en el diseño de los programas turísticos. En este caso, la Antártida cobra un especial valor debido a que se ha mantenido como sitio remoto, poco alterado, *cuasi* prístino y con un alto valor ecológico. Además, desde los viajes de exploración de los siglos XVI y XVII, los territorios situados al sur del Estrecho de Magallanes representaban lo desconocido -*Terra Australis Nondum Cónita*-; más adelante, a fines del siglo XIX y comienzos del XX, las expediciones de la “era heroica” hacia la Antártida también contribuyeron a la formación de una imagen de desolación y misterio para la región, constituyendo en la actualidad otra motivación para el viajero

moderno. Así, Ushuaia se destaca en virtud de su proximidad geográfica a la Antártida y su identificación en el imaginario como “el fin del mundo¹”.

Ushuaia (54° 48' S / 68° 19' O), ubicada en el extremo meridional de América del Sur, es la capital de la provincia más austral de Argentina, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (ver figura 1), constituyendo un importante centro receptor como destino de naturaleza.

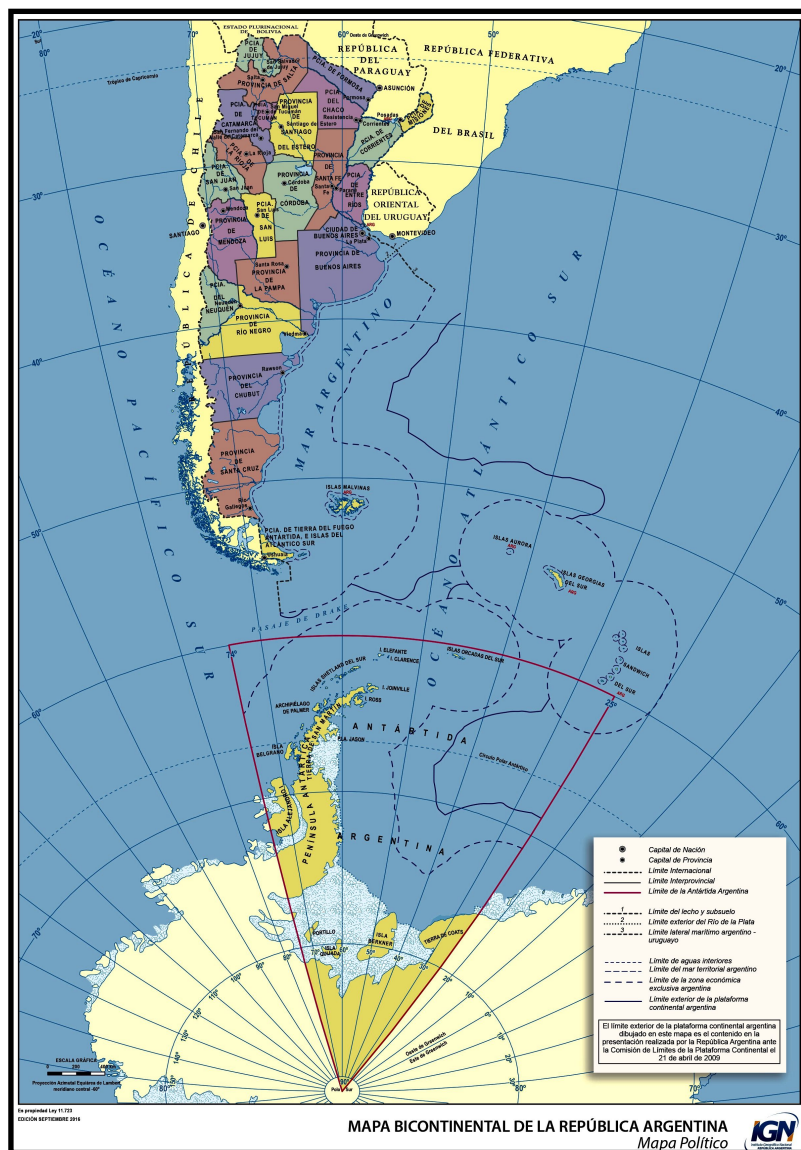


Figura 1 Mapa político bicontinental de Argentina. Fuente: Instituto Geográfico Nacional, disponible en: <http://www.ign.gov.ar/AreaServicios/Descargas/Mapas>

¹ En 2007 el Instituto Fuegoino de Turismo (INFUETUR) presentó la marca destino: Tierra del Fuego, Fin del Mundo.

Particularmente, reviste especial interés en su rol de puerta de entrada para los cruceros antárticos que aprovechan una serie de ventajas de este destino para realizar recambio de pasajeros y operaciones logísticas. Para las temporadas 2012/2013 y 2013/2014, alcance temporal de este estudio, un total de 31.994 y 37.164 pasajeros respectivamente visitaron la Antártida a través del puerto de Ushuaia, representando más del 90 % del total mundial del turismo antártico (Vereda y Jensen, 2014). Este rol de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida comprende distintas implicancias, desde su contribución con el desarrollo local a través de la prestación de servicios y abastecimiento de insumos hasta su posicionamiento estratégico en el escenario de las relaciones internacionales desde un punto de vista geopolítico.

Aunque a nivel internacional se evidencia un interés creciente por alcanzar un mayor conocimiento sobre las características de este segmento de la demanda turística, desde la escala local aún no se han abordado profundamente distintos aspectos sobre el viaje antártico a pesar de contar con un puerto ubicado estratégicamente en relación con la Península Antártica y que concentra el mayor flujo turístico marítimo antártico mundial.

La Antártida concita un interés especial desde una perspectiva geopolítica a partir de la cual los Estados que cuentan con ciudades ubicadas a distancias relativamente próximas al continente antártico, desarrollan distintas estrategias con el objeto de lograr un mejor posicionamiento como puertas de entrada², en cuyo caso el turismo

² El término “puerta de entrada a la Antártida” deriva de “Estados de entrada” que se refiere a los países ubicados en el hemisferio sur, tiene su origen en la Conferencia de Washington que creó el Tratado Antártico en 1959. Ushuaia se ubica a 1.000 km de la Península Antártica. La ciudad de Punta Arenas (Chile) es la otra puerta de entrada que se ubica en Sudamérica a 1.500 km. Las otras puertas de entrada son las siguientes: Hobart (Australia) y Christchurch (Nueva Zelanda), ubicadas a 2.200 y 2.250 km del Mar de Ross respectivamente y Ciudad del Cabo (Sudáfrica) a 3.600 km de la Tierra de la Reina Maud.

se presenta como una oportunidad para lograr, en parte, este objetivo. Si bien Ushuaia cuenta con una ubicación geográfica privilegiada respecto de la Antártida (figura 2), se observa un desarrollo creciente de otras puertas de entrada en un entorno cada vez más competitivo sumado a una demanda muy exigente y especialmente preparada en temas antárticos.



Figura 2 Mapa político de la Provincia Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Fuente: Instituto Geográfico Nacional, disponible en: <http://www.ign.gov.ar/AreaServicios/Descargas/Mapas>

En la comunidad internacional el estudio sobre las experiencias de viaje de los visitantes antárticos reviste cada más mayor importancia en función de las actitudes derivadas de esa práctica turística en términos de una valorización especial por los atributos que ofrece la Antártida. Esta valorización involucra una experiencia de aprendizaje, mayor conocimiento sobre problemáticas ambientales y un estado de conciencia más profundo sobre el significado de la Antártida. Durante la XXXI Reunión Consultiva del Tratado Antártico³, se explicitó el interés por considerar diferentes asuntos sobre el turismo, afirmando que el turismo debería reglamentarse de una forma congruente con los valores consagrados en el Tratado y el Protocolo, incluidos los valores estéticos y silvestres de la Antártida⁴. De igual modo, en la misma reunión se observó que la índole de la experiencia de los visitantes era una consideración importante, así como la relación entre la experiencia de los visitantes y los valores por los cuales se protege a la Antártida⁵.

Consideramos que para diferenciarse de los destinos competidores generando una mayor capacidad de atracción, es necesario llevar adelante un adecuado posicionamiento de Ushuaia como puerta de entrada del turismo antártico ofreciendo una experiencia integral basada en la calidad y la diferenciación, contribuyendo con mayores niveles de utilidad y valor emocional a una demanda muy específica del mercado turístico. Sería oportuno lograr una identificación de esta ciudad y provincia

³ Todo lo que acontece en la Antártida, actividades gubernamentales y no gubernamentales, es regido por un régimen especial que se conoce como el Sistema del Tratado Antártico, que consta de reuniones anuales donde los Estados Parte deliberan sobre este continente, los informes finales de estas reuniones así como también los documentos de discusión y de información que se presentan se encuentran disponibles en: www.ats.aq. El Tratado Antártico fue firmado en 1959 por doce Estados signatarios, Argentina entre ellos, y entró en vigor en 1961.

⁴ Informe Final de la Trigésima Primera Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Kiev. Párrafo 186.

⁵ Informe Final de la Trigésima Primera Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Kiev. Párrafo 187.

con la Antártida en función de sus vinculaciones históricas y naturales (al respecto ver Vereda, 2008a). De esta forma, se atendería a dos cuestiones, por un lado, promover una posibilidad de desarrollo turístico para Ushuaia focalizando la atención en el turismo antártico, generando beneficios no únicamente que deriven en aspectos económicos sino configurando un espacio de antesala a la Antártida con distintas repercusiones para visitantes y para la comunidad receptora. Por otro lado, desde una mirada geopolítica permitiría lograr un mejor posicionamiento de Ushuaia frente a la comunidad internacional con quienes comparte intereses específicos.

Es así que pensamos en la necesidad de conocer distintos aspectos del viaje antártico que nos permitan establecer una serie de vinculaciones entre la Antártida y Ushuaia como destinos turísticos remotos. En este sentido, nos preguntamos cuáles son los factores que influyen principalmente en la formación de las representaciones de la Antártida en los visitantes antárticos, qué importancia tienen las imágenes emitidas por los operadores turísticos, cuáles son las relaciones entre las imágenes formadas y el perfil de los visitantes, cómo resulta la contrastación de las imágenes previas a partir de la experiencia en el lugar, cómo influyen las representaciones en el comportamiento de los visitantes en el espacio, de qué manera se percibe Ushuaia como destino turístico en su relación con la Antártida desde los operadores turísticos y los visitantes antárticos, cómo se utilizan los espacios en Ushuaia por parte del turismo antártico.

En el marco de estos interrogantes nos aproximamos a una definición de los enunciados, entendiendo a las representaciones simbólicas como “una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados” (Jodelet, 1986: 474), en el mismo sentido atendemos a la imagen turística como la

percepción global (Bigné y Sánchez, 2001) o representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión del individuo sobre un destino turístico (Baloglu y McCleary, 1999; Camprubí et al., 2009). Además, debido a que el producto turístico es de carácter intangible, la imagen cobra un especial valor como única referencia previa a la experiencia, provocándonos la necesidad de conocer cómo esta imagen previa es contrastada con la experiencia en el lugar. La experiencia es un término que cubre los varios modos en que una persona conoce y construye una realidad. Estos modos varían desde los sentidos del olfato, gusto y tacto hasta la activa percepción visual y las formas indirectas de simbolismo (Oakeshott, 1933 en: Tuán, 2008a). Tuán (2007) alerta sobre las dimensiones estéticas y emocionales de los lugares, y advierte que la evaluación que realiza el visitante es esencialmente estética. En este sentido, es necesario atender a la importancia asignada al lugar como clave en la experiencia. Asimismo, se aborda la producción de imágenes que refuerzan la idea de continente de los extremos -el más frío, seco, alto, remoto, ventoso, helado, etc.-, que imprimen una connotación cognitiva sobre los bienes materiales y generan una serie de imágenes afectivas que dotan al espacio de cierta subjetividad. Estos bienes están provistos de un significado singular desde el imaginario colectivo al entender la Antártida como continente *cuasi* prístino. Como plantea Chadeaud (1987) a partir de las representaciones mentales sobre un espacio particularmente significativo, alimentándose en la búsqueda de la alteridad, se conforma una demanda que reconoce ese espacio como material e inmaterial que deviene en turístico.

Entendemos que estos espacios definidos como remotos por su ubicación respecto de los centros emisores más importantes, contribuyen a la construcción de una imagen singular a partir de las condiciones de aislamiento y hostilidad del medio como así también desde la presencia de componentes excepcionales. Consideramos el

turismo antártico nuestro tema de estudio y lo definimos como aquel tipo de turismo que comprende la actividad comercial que involucra el desplazamiento de personas al sur de los 60° S o Área del Tratado Antártico, con fines de ocio, prestando especial interés a motivaciones relacionadas con la vida silvestre, paisajes dramáticos, interés científico e historia de la exploración antártica. Este tipo de turismo requiere del apoyo de puertas de entrada para su efectiva materialización (Vereda, 2010; Vereda y Jensen, 2014). El turismo antártico se desarrolla básicamente en la Península Antártica, donde se concentran la mayor cantidad de recursos materiales e inmateriales de interés turístico y de estaciones científicas. Se opera bajo distintas modalidades que comprenden turismo en tierra, turismo por modo aéreo y turismo marítimo, siendo esta última modalidad la que se contempla en este estudio, reconociendo como visitantes antárticos a quienes participan de la actividad en calidad de turistas⁶. El turismo en la Antártida es observado y controlado por el Sistema del Tratado Antártico⁷ que promueve regulaciones en relación con su

⁶ El término turista se refiere a un actor social que viaja por placer, siguiendo la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) se trata de la persona que permanece fuera de su lugar de residencia habitual por más de 24 horas y un pernocte, y por menos de un año. Asimismo, considera que entre los principales motivos de viaje se encuentra el ocio, recreo y vacaciones, visita a parientes y amigos, negocios y motivos profesionales, tratamientos de salud, religión, peregrinaciones, entre otros (Del Acebo Ibañez y Schlüter, 2012). Aquí también utilizamos el término visitante, un poco más amplio que el anterior ya que en muchas ocasiones no pernoctan en el destino sino que son visitantes de día (en el caso que nos ocupa pernoctan únicamente a bordo de la embarcación y no en tierra).

⁷ Cabe destacar que desde el año 2009 realizamos contribuciones para las Reuniones Consultivas del Tratado Antártico mediante la elaboración de informes sobre distintos aspectos del turismo antártico que opera a través de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida. Estos informes son elevados por la Dirección Nacional de Política Exterior Antártica a la Reunión Consultiva del Tratado Antártico y presentados por la autora de esta tesis, como integrante de la Delegación Argentina en carácter de asesora. Los informes se encuentran disponibles en el sitio web de la Secretaría del Tratado Antártico: www.ats.aq.

operación y efectos al sur del paralelo 60° S. En síntesis, el estudio se circunscribe a aquellos visitantes antárticos que visitan la Península Antártica bajo modalidad marítima y utilizan a Ushuaia como puerto de embarque y/o desembarque en el viaje. La hipótesis general de este trabajo plantea una relación existente entre dos destinos remotos del turismo: la Antártida y Ushuaia, desempeñando roles diferentes que se definen a partir de las representaciones y de la experiencia del visitante antártico como así también de las imágenes emitidas por las operadoras turísticas.

En función de esta hipótesis general nuestro objetivo principal es analizar la naturaleza de las representaciones e imágenes de los visitantes sobre Antártida en relación con las expectativas previas al viaje y como estructurantes de actitudes y comportamientos que se manifiestan en el uso de los dos espacios, Antártida y Ushuaia.

A partir de lo planteado precedentemente y atendiendo a la naturaleza multidimensional del turismo pensamos en un abordaje que posibilite reflexionar sobre los diferentes aspectos que comprende una práctica social con consecuencias específicas en el territorio, donde cobra sentido no sólo el espacio donde se materializan las prácticas sino también aquél donde se generaron las necesidades, representaciones e imágenes que motivaron el viaje. Estas prácticas resultan de la valoración que la persona realiza de la diferenciación espacial y que refleja los patrones culturales propios a cada tipo de sociedad y a sus posibilidades técnicas disponibles en cada momento (Côrrea, 1995).

El turismo tiene su génesis en el tiempo de ocio que ha sido ganado al tiempo de trabajo, donde la persona busca encontrar en un lugar determinado la concreción de expectativas y de imágenes de una naturaleza de la cual se ha alejado en virtud del desarrollo de ciudades industrializadas, como así también de otras búsquedas

generalmente asociadas a rupturas con la vida cotidiana. La materialización de estas motivaciones en el viaje deviene en la experiencia. Es en este sentido que tratar al turismo como práctica social implica contextualizarlo en el marco de procesos sociales más amplios, que permiten explicarlo y sin los cuales no tendría sentido.

Es así que pretendemos desde la perspectiva geográfica observar la constitución del espacio geográfico como objeto de estas prácticas turísticas, atendiendo a la idea de territorio usado como categoría y sinónimo de espacio geográfico en el sentido que propone Santos (2000), es decir, como un conjunto indisociable de sistemas de objetos y sistemas de acciones, coincidiendo con Werlen (1993) que el elemento central no lo constituye el espacio sino la acción y el acto. Es decir que el espacio no es ni una cosa ni un sistema de cosas, sino una realidad relacional. De este modo, consideramos el espacio como el conjunto inseparable del que participan, por un lado, cierta disposición de objetos geográficos, objetos naturales y objetos sociales y, por otro lado, la vida que los llena y los anima, la sociedad en movimiento (Santos, 2000). El espacio geográfico del turismo se materializa, constituye configuraciones territoriales donde se da cuenta de la existencia, se generan nuevas organizaciones y nuevos usos, aparecen nuevos eventos. De este modo, se llega a una construcción intelectual en virtud de las prácticas turísticas que se entretienen en el espacio con otras prácticas, generando interacciones y re-significando el lugar. Al espacio lo visualizamos como un híbrido en el cual es necesario encontrar las subtotalidades significativas dadas por los sistemas de objetos, de acciones que, a su vez, son mediadas por normas. Específicamente, en estas subtotalidades es posible discernir entre espacio emisor, ruta de tránsito y el espacio receptor o el destino turístico.

Como punto de partida, la tesis se enmarca en la geografía de la percepción y del comportamiento, entendiendo que el objetivo principal de esta corriente se centra en

el estudio de las relaciones entre la representación mental que los individuos tienen del espacio y las conductas respecto del mismo (Santarelli y Campos, 2002). Siguiendo a Downs, nos interesa particularmente que “el comportamiento espacial es función de la imagen y la imagen es el lazo del hombre con su medio” (en: Capel, 1963:58), aunque los factores sociales también contribuyan de manera elocuente a explicar las actitudes y comportamientos. Este planteamiento se basa en la corriente de pensamiento conductista, se apoya en los supuestos de que existen imágenes mentales del medio y en que hay una fuerte relación entre dichas imágenes y el comportamiento en el mundo real, es decir, que las personas deciden su comportamiento en función de la percepción que tienen del medio geográfico. Para el caso que nos ocupa en la tesis, este enfoque contempla el papel selectivo de la percepción en la apreciación del valor estético de un paisaje, no sólo por la función de la personalidad, la cultura y el temperamento del observador sino también por la difusión de gustos generalizados, provocados por la moda o relacionados con un contexto social determinado (Capel, 1963). Es así como la geografía de la percepción se involucra en el estudio de la imagen y de las representaciones no solamente desde las comprensiones individuales del espacio, más vinculado al campo de la psicología, sino desde las comprensiones colectivas.

Asimismo, se considera también la perspectiva de la geografía humanística, que contempla la idea del mundo vivido que se centra en los valores, en el concepto de lugar como centro de significado y de vinculación emocional. Siguiendo a referentes como Tuán (2007; 2008a) se trata de comprender un espacio subjetivo y vivido, apareciendo como concepto clave el *lugar*, cargado de significados inseparables de la experiencia humana. Se analizan en esta idea las relaciones entre las personas (individuos y cultura) y el ambiente, desde lo material y, más especialmente, desde la

dimensión espiritual y emocional. Como señalan Nogué i Font y De San Eugenio (2009), desde esta perspectiva humanista se observa un renovado interés por el paisaje y por una metodología que destaca la memoria histórica, la observación participativa, el trabajo de campo y el uso de la literatura como forma de aproximación al lugar, indagando sobre las dimensiones simbólicas del espacio y la relación entre éste y el sujeto.

Por otra parte, y volviendo a la idea de un abordaje complejo de nuestro objeto, planteamos la teoría de la imagen desde el campo del marketing turístico, atendiendo a la idea de mercado como institución social y también pretendiendo pensar las teorías en forma rizomática. Coincidiendo con lo descrito desde la geografía de la percepción, se entiende la imagen como la percepción global o la representación mental de una persona sobre un lugar. Estas impresiones pueden ser tangibles, abstractas, comunes y únicas y pueden ser construidas a través de componentes afectivos y cognitivos (Bigné y Sanchez, 2001; San Martín, 2005; Yüksel y Akgül, 2007). Debemos considerar que desde el turismo se produce un consumo simbólico que antecede a la materialización del viaje. El marketing intenta responder preguntas relacionadas con la satisfacción de las personas respecto del producto consumido, en este caso, el producto turístico, definiendo la satisfacción como un juicio cognitivo-afectivo que deriva de la experiencia del visitante en función del producto o servicio. Se trata de la respuesta individual al proceso en donde la experiencia se compara con las expectativas.

Desde la pertenencia del método que se utiliza en la tesis, podemos atender dos enfoques que, aunque enmarcados en corrientes diferentes, se complementan y permiten continuar con este espiral rizomático, dotando a la investigación de miradas distintas. Por un lado, se trata de un enfoque cuantitativo donde mediante el uso de

encuestas se definen aspectos sobre las representaciones del espacio turístico, la producción de imágenes, expectativas y satisfacción. Asimismo, la utilización de instancias cualitativas, como por ejemplo, la observación directa y las entrevistas en profundidad, nos acercan a una interpretación más real, de dimensiones singulares sobre la experiencia de los visitantes, el comportamiento de éstos y su relación con el espacio vivido.

El estudio se aborda desde una aproximación *emic*, es decir, tomando la perspectiva del visitante como nuestro actor social, conocer su tipo de discurso, cómo ellos miran el lugar, cuál es el valor de su experiencia, etc. Además, se intenta ir completando esta aproximación *emic* desde las categorías *etic*, heurísticas, donde mediante la mirada del observador se analiza y clasifica el comportamiento de los visitantes pero a partir de los tipos que ellos mismos definen. Otro actor son los operadores antárticos, conociendo cómo ellos han promovido la visita a la Antártida y han asignado un rol a Ushuaia.

Como ámbito espacial definimos la Península Antártica en tanto área de especial interés turístico y Ushuaia como puerta de entrada y destino complementario y establecemos dos temporadas turísticas (2012/2013 y 2013/2014) de alcance temporal para la recolección de datos⁸.

Antecedentes

En relación con los antecedentes sobre el tema de investigación, son varias las obras que conforman el estado del arte. En primer término exponemos el estado de

⁸ Si bien para esta tesis abordamos dos temporadas de estudio, es importante señalar que esta temática la trabajamos desde el año 2000. Dada la importancia del tema para Tierra del Fuego, hemos continuado a través de distintos proyectos de investigación desarrollando diferentes aspectos del turismo antártico.

conocimiento sobre el tema a nivel general y luego los antecedentes generados por la autora de esta tesis en relación con la temática.

Como ya se mencionó anteriormente, el tema concita un interés especial en la comunidad internacional generando un amplio repertorio de producciones, desde distintas dimensiones:

- Bauer⁹ (2001), Murray y Jabour¹⁰ (2004), Landau y Splettstoesser¹¹ (2006) y Bender *et al.*¹² (2016) desarrollan caracterizaciones del turismo antártico, basándose en modalidades de operatorias, características generales del mismo, actividades y comportamiento de la demanda.
- Benayas *et al.*¹³ (2016), Maher¹⁴ (2007), Nuttal¹⁵ (2010) y Summerson¹⁶ (2016) analizan la percepción de los valores de la Antártida de visitantes y no visitantes.

⁹ Bauer, T. (2001). *Tourism in the Antarctic. Opportunities, Constraints and Future Prospects*, Haworth University Press, New York.

¹⁰ Murray, C. y Jabour, J. (2004). Independent expeditions and Antarctic tourism policy. *Polar Record*, 40 (215): 209-317.

¹¹ Landau, D. y Splettstoesser, J. (2006). Management of Tourism in the marine environment of Antarctica: The IAATO perspective. *Tourism in marine environments*, Vol. 4, N° 2-3: 121-133.

¹² Bender, N. A.; Crosbie, K. y Lynch, H. J. (2016). Patterns of tourism in the Antarctic Peninsula region: a 20-year analysis. *Antarctic Science*, pp: 1-10.

¹³ Benayas, J.; Justel, A.; Tejedo, P.; Tin, T. y Pertierra, L. (2016). Comparative analysis of tourists', field scientists' and undergraduate students' perceptions of Antarctic landscapes. *Fifth International Polar Tourism Research Network (IPTRN)*. Islandia 29 de agosto al 02 de septiembre.

¹⁴ Maher, P. (2007). Advocating for Antarctic wilderness: short term visits and human values. *USDA Forest Service Proceedings*, 170-177.

¹⁵ Nuttal, M. (2010). Narratives of history, environment and global change: expeditioner-tourists in Antarctica. En J. Saarinen y M. Hall (Ed.) *Tourism and Change in Polar Regions. Climate, Environments and Experiences* (pp 204-214). Londres: Routledge.

¹⁶ Summerson, R. (2016). Perceptions of wilderness and aesthetic value in Antarctica. A comparison of tourists, national Antarctic Program staff and non-visitors to Antarctica. *Fifth International Polar Tourism Research Network (IPTRN)*. Islandia 29 de agosto al 02 de septiembre.

- Bertram *et al.*¹⁷ (2007) y Roldán¹⁸ (2015) estudian las puertas de entrada a la Antártida desde distintas aproximaciones.
- Enzenbacher¹⁹ (1992), Headland²⁰ (1994), Jensen y Daverio²¹ (2008), Reich²² (1980), Snyder y Stonehouse²³ (2007) presentan desarrollos históricos del turismo antártico.
- Hall²⁴ (2010), Lück²⁵ (2010) y O'Neill *et al.*²⁶ (2013) plantean las complejidades del turismo y el cambio climático en las regiones polares, basándose en los efectos ambientales que derivan de la actividad de cruceros básicamente.
- Maher²⁷ (2010) analiza la naturaleza de la experiencia de los visitantes antárticos en el Mar de Ross.

¹⁷ Bertram, E.; Miur, S. y Stonehouse, B. (2007). Gateway ports in the development of Antarctic tourism. J. M. Snyder y B. Stonehouse (Eds.) *Prospects for Polar Tourism* (pp.123-146). Londres: CABI.

¹⁸ Roldán, G. (2015). ¿Una puerta al Continente Blanco? La importancia de las puertas de entrada a la Antártida hoy. *Journal de Asuntos Antárticos*, Vol. II: 61-75.

¹⁹ Enzenbacher, De. J. (1992). Tourists in Antarctica. Numbers and Trends. *Polar Record*, Vol. 28 (164): 17-22.

²⁰ Headland, R. K. (1994). Historical Development in Antarctic Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 (2): 269-280.

²¹ Jensen, M. y Daverio, M. E. (2008, mayo). Ushuaia, Argentina. 50 años como puerta de entrada al continente antártico. *IX Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. UNSJ, San Juan.

²² Reich, R. J. (1980). The development of Antarctic tourism. *Polar Record*. Vol. 20 (126): 203-214.

²³ Snyder, J. M. y Stonehouse, B. (2007). The growing significance of polar tourism. J. M. Snyder y B. Stonehouse (Eds.) *Prospects for Polar Tourism* (pp.3-14). Londres: CABI.

²⁴ Hall, M. (2010). Tourism and environmental change in polar regions: Impacts, climate change and biological invasion. M. Hall and J. Saarinen (Eds.) *Tourism and change in polar regions* (pp. 236-246). Nueva York: Routledge

²⁵ Lück, M. (2010). Environmental impact of polar cruises. M. Lück, P. Maher y E. J. Stewart (Eds.) *Cruise tourism in polar regions* (pp.109-132). Washington: Earthscan.

²⁶ O'Neill, T. A.; Balks, M. R. y López-Martínez, J. (2013). The effectiveness of environmental impact assessments on visitor activity in the Ross Sea region of Antarctica. D. K. Müller, L. Lundmark y R. H. Lemelin (Eds.) *New issues in polar tourism* (pp. 87-110). Nueva York: Springer.

²⁷ Maher, P. T. (2010). Footsteps on the ice: visitor experiences in the Ross Sea Region, Antarctica. *Tesis doctoral*. Canterbury: Lincoln University.

- Roura²⁸ (2010; 2011) estudia el comportamiento de los visitantes en sitios de interés cultural en Antártida y en Svalbard.
- Sánchez y Roura²⁹ (2016) plantean una discusión sobre posibles mecanismos para la regulación y supervisión del turismo marítimo antártico.
- Schillat³⁰ (2016) presenta los desafíos del turismo de aventura en la Antártida y su relación con la Asociación Internacional de Tour Operadores Antárticos.
- Snyder³¹ (2007) y Jensen³² (2007) tratan aspectos de la dimensión económica derivada del turismo en regiones polares.

Por último, presentamos las contribuciones propias generadas sobre el turismo marítimo antártico, haciendo especial hincapié en su relación con Ushuaia como puerta de entrada del turismo antártico. Particularmente, hemos comenzado a trabajar sobre el turismo antártico a partir de los estudios de maestría³³, luego continuamos

²⁸ Roura, R. (2010). Cultural heritage tourism in Antarctica and Svalbard: patterns, impacts and policies. En J. Saarinen y M. Hall (Ed.) *Tourism and Change in Polar Regions. Climate, Environments and Experiences* (pp 180-203), Londres: Routledge.

Roura, R. (2011). *The footprint of polar tourism. Tourist behaviour at cultural heritage sites in Antarctica and Svalbard*. Amsterdam: Circumpolar Studies.

²⁹ Sánchez, R. A. y Roura, R. (2016). Supervisión of Antarctic tourism: A pending issue? (Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R.). *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent* (pp. 41-63). Berlín: Springer.

³⁰ Schillat, M. (2016). Adventure tourism poses new challenges for the International Association of Antarctic Tour Operators. (Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R.). *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent* (pp. 65-74). Berlín: Springer.

³¹ Snyder, J. M. (2007). Economic roles of polar tourism: The polar tourism markets. J. M. Snyder y B. Stonehouse (Eds.) *Prospects for Polar Tourism* (pp.49-70). Londres: CABI.

³² Jensen, M. (2007). Estimación de los ingresos aeroportuarios asociados a Ushuaia como puerta de entrada a Antártida durante la temporada 2005/2006. *VIII Jornadas Nacionales en Turismo*. UNAM, Posadas.

³³ Vereda, M. (2004). *El Desarrollo de Ushuaia como puerta de entrada del turismo antártico. Tendencias y competitividad*. Tesis de maestría inédita, Universidad Internacional de Andalucía, Huelva, España.

en el marco de proyectos de investigación de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco y Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur³⁴:

- Vereda, Losano, Jensen y Daverio³⁵ (2009). Se abordan cuestiones generales inherentes a problemáticas del turismo de cruceros, que involucran el turismo antártico.

³⁴ A partir del 01 de mayo de 2012, debido a la creación de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, sobre la base de la sede Ushuaia de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, los cargos y actividades en curso corresponden a la UNTDF. Los proyectos de investigación en los que se trabajó en relación con el tema de la tesis son los siguientes:

La configuración del espacio turístico "Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur". El rol de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida. Directora: Vereda, M. Co-directora: Jensen, M. Unidad ejecutora: Agüero, R. R.; Galván, P. N.; Mansi, A. R.; Jensen, M.; Guerrero Gallardo, G.; Padín Goodall, Amalia; Ledesma, María Isabel y Vargas Daverio, S. M. Institución: Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, P.I. 898 Secretaría de Ciencia y Técnica. Duración: Veinticuatro (24) meses. Informe final entregado. Evaluación externa: Muy bueno.

La competitividad de Ushuaia como puerta de entrada marítima del turismo antártico. Posibilidades para el desarrollo local a partir de la especialización del destino.

Directora: Jensen, M. Co-directora: Vereda, M. Unidad ejecutora: Galdames, M. S.; Cárdenas Romero, S. A.; Cohen, C.; Morgavi, M.; Pato, M. I. Medina, G.; Obrequé, F. y Arrébola, S. Institución: Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. PIDUNTDF A-6/2016, Resolución (REC.) N° 060/2017. Duración: Veinticuatro meses (24). En curso.

³⁵ Vereda, M.; Losano, P.; Jensen, M. y Daverio, M. E. (2009). *Cruceros turísticos en la costa patagónica y en el canal Beagle, Argentina.* Informe Final, Consolidación e Implementación del Plan de Manejo de la Zona Costera Patagónica para la Conservación de la biodiversidad, ARG02/G31. ISBN 978-987-1590-087). Puerto Madryn: Fundación Patagonia Natural.

- Jensen y Vereda³⁶ (2013a), Jensen y Vereda³⁷ (2013b), Jensen y Vereda³⁸ (2016).

Se trata de contribuciones que estudian cómo ha sido la evolución de los flujos turísticos antárticos a través del puerto de Ushuaia como puerta de entrada marítima a la Antártida.

- Jensen y Vereda³⁹ (2015), Vereda y Mosti⁴⁰ (2005); Vereda⁴¹ (2007). Se analizan algunos aspectos relativos a ingresos económicos generados por el turismo antártico.

- Vereda⁴² (2005; 2008a; 2008b). Atendiendo al rol de Ushuaia como puerta de entrada del turismo antártico se plantean las posibilidades que este segmento de la

³⁶ Jensen, M. y Vereda, M. (2013a). Análisis del turismo antártico a través del puerto de Ushuaia desde una perspectiva diacrónica (1958-2013). *XIII Encuentro de Historiadores Antárticos Latinoamericanos*. Museo Marítimo, 28 al 31 de octubre de 2013. Ushuaia.

³⁷ Jensen, M. y Vereda, M. (2013b). La filatelia como fuente complementaria de información en la investigación. Aplicación al caso del turismo antártico. *XII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, 05-07 de diciembre 2013, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Ushuaia.

³⁸ Jensen, M. y Vereda, M. (2016). The development of Antarctic tourism through Ushuaia as a gateway port. En Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R. (Eds.). *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent* (pp. 75-99). Berlín: Springer.

³⁹ Jensen, M. y Vereda, M. (2015). Ingresos aeroportuarios asociados al turismo antártico a través de la ciudad de Ushuaia, Argentina. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, Vol. 13: 121-142.

⁴⁰ Vereda, M. y Mosti, P. (2005). Abastecimiento de buques de turismo antártico: Una oportunidad para el desarrollo local. Producción primaria de bienes de consumo (Ushuaia, Tierra del Fuego). *Actas VII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. Universidad Nacional del Sur, 06-08 octubre, Bahía Blanca.

⁴¹ Vereda, M. (2007, junio). Análisis de la relación de Ushuaia con el turismo antártico desde su rol de puerta de entrada marítima. Una aproximación desde los indicadores socio-económicos para la temporada 2005/2006. *VIII Jornadas Nacionales de Investigación - Acción en Turismo*. Universidad Nacional de Misiones, Posadas.

⁴² Vereda, M. (2005, octubre). La visión de Antártida y Ushuaia desde la mirada del visitante antártico. Una posibilidad de construir la complementariedad de destinos. *VII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. Universidad Nacional del Sur, 06-08 octubre, Bahía Blanca.

Vereda, M. (2008a). Tierra del Fuego y Antártida: un inventario de recursos turísticos desde la complementariedad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 17, N° 3 y 4: 199-222.

demanda presenta para el desarrollo local y se intenta demostrar las diferentes oportunidades para re-pensar la relación Ushuaia-Antártida en términos de complementariedad, brindando elementos que permitan el desarrollo de Ushuaia como destino especializado en la Antártida.

- Vereda y Daverio⁴³ (2011), Vereda y Jensen⁴⁴ (2014). Se estudia la configuración de una región turística remota conformada en el Atlántico Sur, a partir de las visitas a la Antártida y espacios asociados (Islas Malvinas, Islas Georgias del Sur e Islas Sandwich del Sur) desde Ushuaia.

- Vereda⁴⁵ (2010; 2016a; 2016b). Se centra la atención en el análisis de las representaciones sobre la Antártida desde el turismo.

Vereda, M. (2008b). Ushuaia en el imaginario de los visitantes antárticos. Potencialidades para su desarrollo como destino complementario de Antártida. *IX Jornadas Nacionales de Investigación Acción en Turismo*, Universidad Nacional de San Juan, San Juan.

⁴³ Vereda, M. y Daverio, M. E. (2011). Áreas de interés turístico en la región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur. Temporada 2010/2011. *Aportes y Transferencias en Turismo*, Año 15, Vol. 1: 83-106.

⁴⁴ Vereda, M. y Jensen, M. (2014, septiembre). Territorios remotos del turismo: la articulación de espacios turísticos asociados en el Atlántico Sur meridional. *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. 25-27 de septiembre 2014. Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.

⁴⁵ Vereda, M. (2010). A study on the expectations of Antarctic visitors towards their trip. Images created about Antarctica and the relationship with Ushuaia (Argentina) as a gateway city. *Tourism and Change in Polar Regions. Climate, Environments and Experiences*. Jarkko Saarinen y Michael Hall (Editores), Routledge.

Vereda, M. (2016a). Antarctica in the mind of visitors. Representations of a remote destination. (Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R.) *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent*, pp. 1-19. Berlín: Springer.

Vereda, M. (2016b). The construction of the Antarctic landscape from the perspective of tourism. Images issued by tour operators and tourists' perceptions. *Fifth International Polar Tourism Research Network (IPTRN)*. Universidad de Akureyri, Islandia 29 de agosto al 02 de septiembre.

- Vereda y Jensen⁴⁶ (2015) y Vereda et al.⁴⁷ (2016). Presentan la situación del turismo antártico desde Ushuaia durante las últimas temporadas turísticas, analizando distintos aspectos (flujos de pasajeros, buques, registros de las embarcaciones, nacionalidades, recursos humanos locales insertos en el mercado laboral, etc.).

A partir de los trabajos previos mencionados precedentemente, consideramos oportuno presentar esta investigación que, de alguna manera, da cuenta de un importante periodo de tiempo en el que hemos estado desarrollando distintos aspectos sobre el turismo antártico. A través de la participación y presentación de nuestros documentos a la comunidad internacional en las Reuniones Consultivas del Tratado Antártico⁴⁸, la posibilidad de formar parte de grupos específicos de discusión sobre la investigación del turismo en regiones polares⁴⁹, de constituir también grupos de discusión sobre Antártida⁵⁰ en nuestro país, y de observar el interés que despierta el tema en distintos ámbitos, nos hemos sentido altamente motivados para la elaboración de la tesis que aquí presentamos.

⁴⁶ Vereda, M. y Jensen, M. (2015). Comportamiento del turismo antártico que operó en el puerto de Ushuaia. Temporadas 2008/2009 a 2014/2015. *XIII Jornadas Nacionales y VII Simposio Internacional de Investigación-Acción en Turismo*, 15-17 de octubre 2015, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.

⁴⁷ Vereda, M.; Cárdenas, S.; Jensen, M.; Galdames, M. y Rubio, R. (2016). Los recursos humanos locales como personal de expedición en el mercado de cruceros antárticos. *Revista PASOS*, Vol. 14 (4): 797-810.

⁴⁸ Desde el año 2009 (RCTA 2009) presentamos documentos en las Reuniones Consultivas del Tratado Antártico, participando efectivamente de las mismas como integrante de la Delegación Argentina a partir de la RCTA 2010 hasta la fecha.

⁴⁹ Nos referimos al grupo denominado *International Polar Tourism Research Network (IPTRN)*, del que formamos parte en el Comité Directivo desde 2016, con reuniones bianuales (congresos y reuniones del Comité).

⁵⁰ Participamos como miembro del Comité de Estudios Antárticos del Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales desde abril de 2014.

La tesis se estructura en cuatro partes. La primera parte aborda la perspectiva teórica y el enfoque metodológico para establecer el nexo entre el plano de la teoría y el de producción de la evidencia empírica. A partir de la segunda parte se presentan los resultados de esta investigación: la parte II se refiere a la construcción del espacio turístico en la Península Antártida y en Ushuaia, Tierra del Fuego. La parte III nos permite aproximarnos a la percepción de Antártida como destino remoto y la parte IV revisa las posibilidades de Ushuaia como destino complementario de Antártida. Las conclusiones y el acápite destinado a las discusiones y recomendaciones nos permiten poner en perspectiva el trabajo de la tesis en función de la mirada inicial o punto de partida, dejando abiertas algunas cuestiones que pueden establecerse como futuras líneas de investigación como así también proposiciones para el ámbito público y privado en relación con el turismo antártico y con Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida.

Marco territorial: Antártida y Ushuaia, Tierra del Fuego

En el presente acápite nuestro propósito es caracterizar los dos espacios que trataremos en esta tesis, Antártida y Ushuaia, Tierra del Fuego.

El tratamiento dedicado a Antártida lo hemos definido a partir de ciertas generalidades que caracterizan a ese espacio y que, de algún modo, definen su atraktividad como espacio turístico, centrando el interés en la Península Antártica, por su proximidad a Tierra del Fuego y por la concentración de los flujos turísticos.

Asimismo, la ciudad de Ushuaia se constituye en la puerta de entrada del turismo marítimo antártico y es, además, un centro turístico donde se encuentra el equipamiento y la infraestructura y desde donde se distribuyen los flujos turísticos. Estos flujos se desplazan en un área de influencia que, generalmente, abarca el núcleo urbano y las áreas naturales ubicadas en el mismo departamento. No obstante, consideramos importante brindar un marco de referencia más amplio que incluye a Tierra del Fuego.

Antártida: Características físicas y ambientales

El continente antártico es claramente distinguible a partir de características que le son únicas, gran parte de ellas basadas en su aislamiento respecto del resto de los continentes, enfatizado por rasgos geográficos de los océanos que lo rodea y de ciertas singularidades como la posición circumpolar que define la dinámica ambiental. El paisaje que se puede observar actualmente en la Antártida es el resultado del gran cambio climático que ocurrió durante las glaciaciones Pleistocenas. Desde el Plioceno se halla cubierta de hielo, el que alcanzó su máxima expansión hace unos cinco millones de años (Quintana et al., 1995).

Este continente de 14 millones de kilómetros cuadrados se encuentra elevado en un promedio de 2.050 m sobre el nivel del mar, debido a la gruesa capa de hielo que lo cubre, estimado en aproximadamente 2.000 m de espesor (aunque en algunos casos puede llegar a alcanzar los 4.000 m). Presenta dos grandes entradas o escotaduras, el mar de Weddell hacia el océano Atlántico y el mar de Ross hacia el océano Pacífico. Hacia el norte desarrolla un apéndice, la península Antártica, que sigue una línea hacia el extremo sur de Sudamérica por medio de una serie de islas, conocido como el Arco de Scotia. A diferencia del Ártico, se trata de un continente cubierto de hielo y rodeado por océanos (Caminos y Massabie, 1980).

Desde un punto de vista geopolítico el límite norte del continente está dado por el paralelo de 60° S, correspondiente al Sistema del Tratado Antártico (ver figura 3), y desde el punto de vista ambiental su límite natural es la línea de convergencia antártica, donde se ubica la corriente circumpolar, situada entre los 50° y 60° S, ya que las masas frías de agua polar desaparecen bajo las cálidas que provienen del norte, estableciendo un límite tanto oceanográfico como biológico.

El clima antártico está determinado por factores como la baja absorción de los rayos solares, la latitud y altura, continentalidad y vientos. Las temperaturas medias del mes de enero oscilan entre los 0,4° C en la costa y -40° C, en el interior del continente; las temperaturas del mes de julio se encuentran entre los -23° C y -68° C. Una de las características de este continente es que es conocido como el más seco del planeta, sobre todo al alejarse del mar, el promedio de precipitaciones para la Antártida continental es de 140 mm anuales. En la Antártida marítima e insular, incluyendo la Península Antártica, se observa mayor humedad (Quintana et al., 1995).

Una de las cuestiones que llama la atención sobre este continente está relacionada con la presencia permanente de hielo. La Antártida contiene el 90% del hielo glacial

del mundo y casi las tres cuartas partes de su agua dulce. Las enormes capas de hielo avanzan sobre la costa del mar, formando acantilados infranqueables, siendo la mayor de ellas la conocida como la Barrera de Ross. La ruptura de estas grandes masas de hielo ocasionan la formación de témpanos que, presentando distintas formas, se los encuentra flotando en el mar. Se los puede clasificar en tres categorías principales: témpanos tabulares, irregulares y redondeados (Izaguirre y Mataloni, 2000).

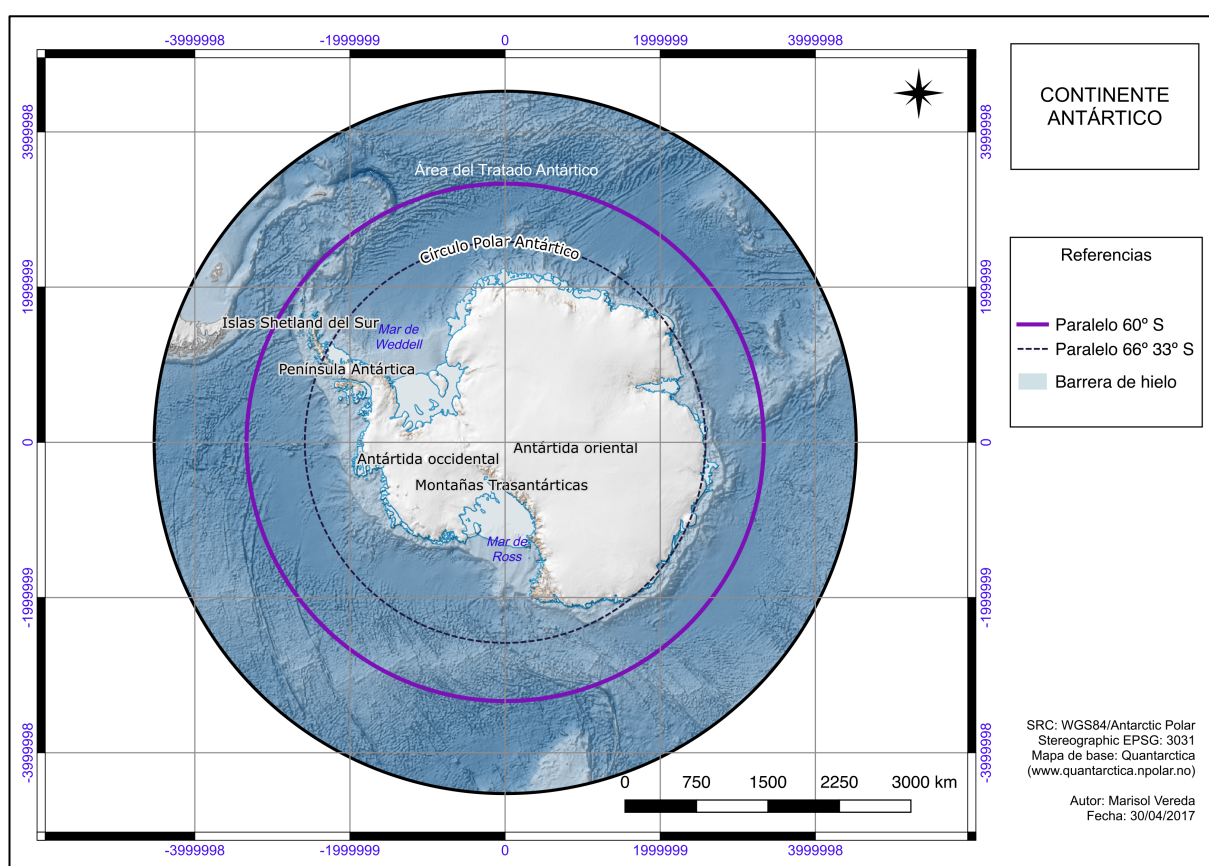


Figura 3 Mapa del continente Antártico. Fuente: elaboración propia.

Al referirnos al continente antártico es importante reconocer dos ambientes bien diferenciados: el terrestre y el marino. Asimismo, vale la pena destacar la franja costera como rasgo que presenta condiciones propias.

Sobre el sector continental se puede hacer una división entre dos regiones a partir de las montañas Trasantárticas, que se extienden por 3.500 km y separan la Antártida

oriental o mayor de la occidental o menor. La mayor de estas regiones, la Antártida oriental, corresponde a un antiguo bloque o escudo compuesto por rocas de hasta 3.800 millones de años. Por el contrario, el lecho rocoso que existe por debajo la Antártida menor u occidental data de hace apenas 150 a 200 millones de años (Laws, 1992). El pico más alto de Antártida, ubicado en esta región, es el Monte Vinson de aproximadamente 5.140 m sobre el nivel del mar, ubicado en las montañas Ellsworth. Solamente un pequeño porcentaje del continente antártico (4%) alberga vida vegetal, a excepción de algunas algas que pueden existir en la nieve. La vegetación terrestre se encuentra representada básicamente por algas, líquenes y musgos. Entre las algas hay varias especies de algas de suelo como *Prasiola crispa*, abundante en zonas ricas en materia orgánica. Se desarrollan también, algas microscópicas sobre la nieve que se reconocen con facilidad por su gran abundancia y su coloración roja, amarilla o verde.

En cuanto a los líquenes, crecen sobre las rocas dándoles diferentes tonalidades, dependiendo de las especies, encontrándose más de 450 registradas. Los musgos son abundantes en algunas zonas costeras, existiendo también distintas especies de hongos, tanto microscópicos como macroscópicos. La gran diferencia con el resto de los continentes se presenta con la vegetación superior, solamente representada por unas pocas gramíneas de los géneros *Poa* y *Deschampsia* y la cariofilácea *Colobanthus quitensis*. La fauna asociada a esta vegetación se compone principalmente por invertebrados, entre los que se pueden mencionar los tardígrados, colémbolos y ácaros y una mosca áptera *Belgica antarctica* (Izaguirre y Mataloni, 2000).

Prácticamente todos los seres vivos se ubican en una estrecha franja costera que se extiende siguiendo la línea de playa y sólo llega a unos pocos metros hacia el interior.

Es allí donde se producen los intercambios bióticos de materia y energía entre las comunidades acuáticas y terrestres, por medio de las relaciones tróficas entre ambas. En este punto se desarrolla la mayor biodiversidad ya que se trata de lugares libres de hielo y nieve durante la estación estival, que la vegetación ha podido colonizar y donde, además, se encuentran las principales formaciones vegetales y áreas de nidificación, cría y descanso de avifauna y mamíferos marinos (Quintana et al., 1995). Contrastando con la relativamente escasa vida que se encuentra en el continente propiamente dicho, el mar deslumbra por la riqueza de especies que se desarrollan a partir de la existencia de fitoplancton, formado por algas microscópicas que constituyen el alimento para el zooplancton. Es particularmente conocido el krill éste corresponde a varias especies del grupo de los eufásidos que componen el zooplancton marino, constituyendo la base de la cadena trófica para peces, algunas especies de cetáceos y de focas, varias aves de mar, etc.

Entre las especies de la fauna antártica, los exponentes que resultan más llamativos corresponden a los mamíferos marinos y las aves. Dentro del grupo de las aves se destacan los pingüinos por su gran abundancia, sobre todo en las zonas de nidificación (Izaguirre y Mataloni, 2000). Entre los pinípedos se encuentran: lobo marino antártico (*Arctocephalus gazella*), elefante marino (*Mirounga leonina*), foca cangrejera (*Lobodon carcinophagus*), leopardo marino (*Hydrurga leptonyx*), foca de Weddell (*Leptonychotes weddellii*), foca de Ross (*Ommatophoca rossii*); entre los cetáceos: ballena jorobada (*Balaenoptera novaeangliae*), ballena franca del sur (*Eubalaena australis*), cachalote (*Physeter macrocephalus*), orca (*Orcinus orca*), ballena boreal (*Balaenoptera borealis*), ballena de aleta (*Balaenoptera physalus*), ballena azul (*Balaenoptera musculus*) y ballena minke (*Balaenoptera acutorostrata*).

Aproximadamente 45 especies de aves⁵¹ crían al sur de la Convergencia Antártica, siendo el pingüino la especie más carismática y además la que ofrece la mayor biomasa de aves de los mares del sur (alrededor del 90%; Izaguirre y Mataloni, 2000). Tres de los seis géneros del orden *Sphenisciformes* (pingüinos), se encuentran representados en la Antártida: *Aptenodytes*, *Pygoscelis* y *Eudyptes*, con las siguientes especies: pingüino rey (*Aptenodytes patagonicus*), pingüino emperador (*A. forsteri*), pingüino de vincha (*P. papua*), pingüino ojo blanco (*Pygoscelis adeliae*), pingüino de barbijo (*P. antarctica*), pingüino frente dorada (*Eudyptes chrysolophus*). El pingüino penacho amarillo (*E. crysocome*), frecuenta las islas cercanas a la convergencia antártica.

Entre el resto de las aves marinas se pueden mencionar: albatros cabeza gris (*Diomedea chrysostoma*), albatros ceja negra (*Thalassarche melanophrys*), albatros manto claro (*Phoebastria palpebrata*), albatros oscuro (*Phoebastria fusca*), albatros errante (*Diomedea exulans*), albatros real (*D. epomophora*); petreles: petrel gigante común (*Macronectes giganteus*), petrel gigante oscuro (*M. halli*), petrel plateado (*Fulmarus glacialisoides*), petrel damero (*Daption capense*), petrel antártico (*Thalassoica antarctica*), petrel blanco (*Pagodroma nivea*), príon pico ancho (*Pachyptila vittata*), paíño común (*Oceanites oceanicus*), paíño gris (*Garrodia nereis*), cormorán imperial (*Phalacrocorax atriceps*), cormorán antártico (*P. bransfieldensis*); cormorán georgico (*P. georgianus*); paloma antártica (*Chionis alba*), escúa polar (*Stercorarius maccormicki*), escúa parda (*S. antarcticus*), salteador grande (*S. pomarinus*) gaviota cocinera (*Larus dominicanus*), gaviotín antártico (*Sterna vittata*), entre otros.

⁵¹ Debido a la variedad de nombres existentes para las aves, tomamos la clasificación de Mazar Barnett y Pearman, 2001.

El Tratado Antártico

Si bien la firma del Tratado Antártico tuvo lugar en el año 1959 y su entrada en vigor en 1961, previamente, los Estados presentes en el continente realizaban actividades económicas, científicas y de seguridad sobre la base de políticas cerradamente nacionales (Colacrai, 2012). Es así que en pleno contexto de Guerra Fría se llevó adelante el Año Geofísico Internacional que redundó en cooperación internacional compartido por los doce estados que ya se encontraban realizando investigaciones en la Antártida, esta experiencia permitió el acercamiento de Estados Unidos y la Unión Soviética y la firma del Tratado Antártico⁵² (Colacrai, 2012).

El Tratado Antártico comprende un conjunto de principios y objetivos a partir de los cuales comenzó a edificarse un sistema jurídico-político para administrar la cooperación internacional y la investigación científica, no nuclearización y no militarización de la zona, ampliándose estos objetivos hasta comprender la explotación racional de los recursos marinos vivos y la protección del medio ambiente antártico. El Sistema del Tratado Antártico está integrado por el Tratado Antártico, la Convención para la Conservación de las Focas Antárticas (1978), la Convención para la Conservación de los Recursos Vivos Marinos Antárticos (1980) y, más recientemente, el Protocolo al Tratado Antártico sobre la Protección del Medio ambiente (1991) y las normas dictadas en el marco de dichos instrumentos. (CARI, 2005).

⁵² El Tratado Antártico fue firmado en Washington por doce países: Argentina, Australia, Bélgica, Chile, Estados Unidos, Francia, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Reino Unido, Sudáfrica y la Unión Soviética.

Las disposiciones más importantes del Tratado Antártico pueden sintetizarse de la siguiente manera (CARI, 2005):

- Utilización de la Antártida con fines exclusivamente pacíficos.
- Prohibición de explosiones nucleares y la eliminación de desechos radioactivos.
- Apertura a la participación de otros Estados interesados en la Antártida, además de los doce Estados signatarios originarios, con la condición de respetar los principios y objetivos del Tratado Antártico.
- Posibilidad de que los Estados adherentes se conviertan en Estados Partes Consultivas en la medida que desarrollen una significativa actividad científica en la región.
- Protección y conservación de los recursos vivos.
- Realización e reuniones periódicas de los representantes de los Estados Partes Consultivas, en las que se adopten medidas sobre la base del consenso.
- El Artículo IV tutela las posiciones de soberanía territorial en la Antártida y admite, al mismo tiempo, las de no reconocimiento para esas soberanías.

Luego de intensas y prolongadas negociaciones las Partes Consultivas del Tratado Antártico⁵³ alcanzaron el consenso en el año 2001 para la instalación de la Secretaría⁵⁴ del Tratado Antártico en Buenos Aires.

⁵³ Las Partes Consultivas del Tratado Antártico son países que realizan investigación científica y participan en el proceso de adopción de decisiones en dicho foro. En la actualidad son 29 Partes Consultivas y 24 Partes No Consultivas, que son invitadas a asistir a las reuniones pero no participan en la toma de decisiones.

⁵⁴ La principal actividad de la Secretaría consiste en servir de apoyo a las Reuniones Consultivas del Tratado Antártico y del Comité para la Protección del Medio Ambiente. En su condición de estado anfitrión de la Secretaría, Argentina aprobó mediante Ley 25.888 el instrumento constitutivo y el

Desde la entrada en vigor del Tratado Antártico en 1961 hasta el año 1994 la Reunión Consultiva del Tratado Antártico se reunió en general cada dos años, pero desde 1994 las reuniones se han celebrado anualmente. Los países anfitriones de la RCTA son las Partes Consultivas, siguiendo el orden alfabético en inglés.

A la reunión asisten representantes de las Partes Consultivas; Partes no Consultivas; observadores, que actualmente son el Comité Científico de Investigación Antártica (SCAR), la Comisión para la Conservación de los Recursos Vivos Marinos Antárticos (CCRVMA) y el Consejo de Administradores de los Programas Antárticos Nacionales (COMNAP); y expertos invitados tales como la Coalición Antártica y del Océano Austral (ASOC) y la Asociación Internacional de Operadores Turísticos en la Antártida (IAATO). Las Medidas, Decisiones y Resoluciones, que son aprobadas en la RCTA por consenso, ponen en práctica los principios del Tratado Antártico y el Protocolo sobre Protección del Medio Ambiente y proporcionan reglas y directrices para la gestión del Área del Tratado Antártico y el trabajo de la RCTA. Las Decisiones, que abordan asuntos organizativos internos de la RCTA, y las Resoluciones, que son textos exhortatorios, no son jurídicamente vinculantes para las Partes Contratantes. En cambio, las Medidas son jurídicamente vinculantes para las Partes Consultivas después que todas ellas las aprueban. Sólo las Partes Consultivas participan en la adopción de las decisiones. Sin embargo, los demás participantes en la reunión pueden contribuir a las deliberaciones (www.ats.aq).

Acuerdo de Sede a fin de facilitar su adecuado funcionamiento en nuestro país. La Secretaría inició sus actividades en la sede de Buenos Aires el 1 de septiembre de 2004. (CARI, 2005). Para mayor información sobre las Partes Consultivas y funcionamiento del Sistema, ver el Sitio Web de la Secretaría del Tratado Antártico: www.ats.aq.

Tierra del Fuego: Ubicación y condiciones geoecológicas

Separada del continente por el Estrecho de Magallanes la totalidad del archipiélago fueguino -sumando todas sus islas e islotes- alcanza una superficie aproximada de 75.000 km². La isla principal conocida como la Isla Grande se ubica entre los 52° 40' - 55° 07' S y 65° 05' - 70° 15' O y ocupa unos 45.000 km², de los cuales 21.571 corresponden al sector argentino, cuyos límites están definidos por el meridiano 68° 36' al oeste, el Mar Argentino al este, la boca oriental del Estrecho de Magallanes al norte y las aguas del Canal Beagle al sur. El sector argentino está dividido en dos departamentos: el de Río Grande al norte y el de Ushuaia al sur. La división se corresponde con las diferencias del paisaje natural, que a la latitud de la división departamental encuentra un accidente geográfico de características notables -el Lago Fagnano- que a su vez establece el límite entre la cordillera y la planicie esteparia. El 10 de enero de 1992 se concretó la modificación de su status político, de Territorio Nacional se ha transformado en la provincia más joven de la Argentina: Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. El Congreso de la Nación ha aprobado el Artículo 1° de la Ley Nacional N° 23.775, denominada "Provincialización del actual Territorio Nacional de la Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur". Dicha ley había sido promulgada parcialmente en mayo de 1990, aprobando, casi diez años más tarde, los límites definitivos de la Provincia (párrafo incorporado por Artículo 1° de la Ley Nacional N° 26.552, B. O. 11/12/2009).

Existen tres núcleos urbanos⁵⁵: Río Grande, Tolhuin y Ushuaia, siendo ésta última la capital provincial. En el sector chileno de la isla se encuentra un centro poblacional, Porvenir, ubicado sobre la margen sur del Estrecho de Magallanes (figura 4).

Respecto de su conformación física, el sustrato rocoso de la Isla de Tierra del Fuego corresponde a diferentes formaciones geológicas, encontrándose actualmente gran parte cubierto por distintos tipos de sedimentos, acumulados principalmente durante el último millón de años. El contraste del paisaje entre la zona norte y sur de Tierra del Fuego está directamente vinculado al sustrato. Por un lado, las formaciones más antiguas que afloran en la zona norte son sedimentos marinos que corresponden al Terciario, momento en el cual el mar cubría estas extensiones, formando parte del fondo del mar, o, al menos de ambientes similares a ambientes litorales.

La orientación oeste-este de la Cordillera de los Andes la diferencia de la orientación de los Andes en el resto del país, donde se presenta marcadamente con disposición norte-sur. Esta peculiar orientación domina los ejes estructurales en la zona, ocupados por extensos valles y lagos y que se mantienen paralelos a los Andes Fueguinos, es decir oeste-este. A diferencia de la zona norte, el paisaje montañoso es acompañado por importantes afloramientos rocosos.

⁵⁵ El 98 % de la población reside en las ciudades. Según el Censo Nacional de Población de 2010, Tierra del Fuego cuenta con 127.205 habitantes, concentrados en las ciudades de Río Grande (70.042, incluyendo la población de Tolhuin) y Ushuaia (56.956).

La población rural se reduce a un pequeño número que habitan en las estancias, sobre todo en la zona norte de la provincia, correspondiente al departamento de Río Grande.

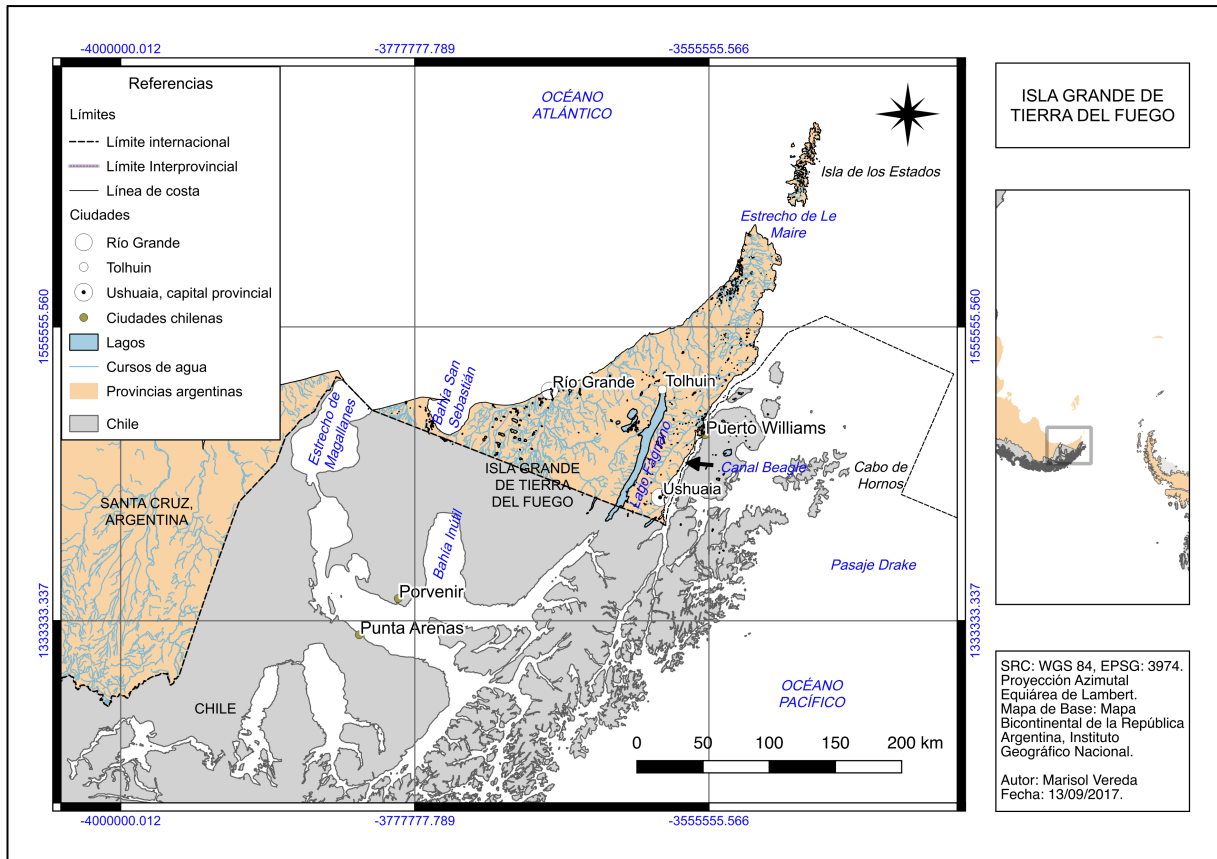


Figura 4 Mapa de la Isla Grande de Tierra del Fuego. Fuente: elaboración propia.

Tierra del Fuego debe su separación del resto del continente sudamericano a transformaciones generadas en el paisaje que se relacionan directamente con cambios climáticos y no geológicos. La isla estuvo sometida a los efectos de las glaciaciones en numerosas oportunidades, cobrando especial importancia las glaciaciones que acontecieron durante el Período Cuaternario, más aún, hay sitios donde sólo puede estudiarse el efecto de la última glaciación, ya que todo rastro anterior fue modificado por ésta. Los últimos estudios (Rabassa et al., 1992) confirman que casi la totalidad de la isla estuvo cubierta por glaciares durante el Pleistoceno.

Evidencias de las glaciaciones pueden encontrarse en el paisaje actual, por ejemplo, el gran valle que hoy es lecho del Estrecho de Magallanes, estuvo ocupado por un glaciar, identificado como el mayor de Sudamérica. El efecto erosivo que produjo cada

avance de los hielos a lo largo de este valle, lo fue profundizando y alargando hasta convertirlo en un canal interoceánico. Asimismo, el valle surcado desde hace unos 8.000 años por las aguas del Canal Beagle, también fue ocupado en al menos dos oportunidades por otro glaciar cuya altura probablemente alcanzó los 1.200 m sobre el actual nivel del mar (frente a la bahía de Ushuaia) y su extensión se estimó en 200 km, cuyo trabajo como agente erosivo dio como resultado otro paso entre los océanos Atlántico y Pacífico (Rabassa et al., 1990). Otro de los ejemplos más notables fue el glaciar que dio origen al actual Seno del Almirantazgo (Chile) y su continuación hacia el Lago Fagnano, cuyo espesor también fue estimado en 1200 m (Rabassa et al., 1998). Las nacientes de estos y otros glaciares que cubrían el actual archipiélago fueguino se encontraban en las cumbres de los montes más altos, principalmente en la Cordillera Darwin (Chile). Otras geoformas que dan cuenta de la actividad del cuaternario en el paisaje actual tales como artesas, circos (algunos aún conteniendo cuerpos de hielo), cuernos, valles colgantes, rocas aborregadas, morenas, valles glacialacustres y glacialfluviales, etc., pueden ser fácilmente reconocidas.

En la isla se distinguen seis dominios edáficos que ocupan áreas bien diferenciadas (Scoppa, 1998): 1. cumbres cordilleranas; 2. serranías y valles glaciares; 3. valles glacialfluviales; 4. planicies onduladas muy disectadas; 5. planicies onduladas de pendientes pronunciadas; 6. planicies de acumulación marina.

Otro rasgo característico en suelos del archipiélago fueguino es la presencia de *pergerisoles* (suelos permanentemente congelados), también conocidos como *permafrost*. Recorriendo la Patagonia de norte a sur, el *permafrost* se encuentra cada vez a menor altitud, lo cual confiere a Tierra del Fuego la fácil accesibilidad a este suelo singular, pues se lo encuentra tan sólo a partir de los 700 metros sobre el nivel del mar, identificable a simple vista por la línea del límite del bosque. Bajo las severas

condiciones que se presentan a esa altura sólo unas pocas formas de vida tales como musgos y líquenes muy adaptados a ese medio son capaces de sobrevivir (Roig, 1998).

En cuanto al clima, Bondel et al. (1995) han tomado dos tipos de clima para el sector oriental del archipiélago fueguino, incluyendo la Isla de los Estados. La zona al sur del Lago Fagnano, montañosa y de bosques densos se caracteriza por su clima de tipo frío-oceánico, contrastando con el clima de tipo templado frío-subhúmedo de la zona norte, donde las colinas con manchones boscosos dan paso a la estepa. La influencia oceánica se hace sentir sobre todo al momento de registrar las temperaturas extremas, ya que el efecto moderador del mar provoca que las temperaturas mínimas no sean tan bajas y las máximas sean menores que a idéntica latitud en el hemisferio norte, puesto que éste se caracteriza por el predominio de las tierras sobre el mar. Este efecto oceánico es mucho más notable en las zonas costeras y en la Isla de los Estados, mientras que en el interior de la Isla Grande aparecen pequeñas diferencias que hablan de cierto grado de *continentalidad* en el clima. A modo de ejemplo, la diferencia térmica entre el promedio del mes más frío y el del mes más cálido es de 7.6°C en Ushuaia, de 9.7°C en Río Grande, y llega a ser de 13°C en el interior de la Isla Grande (Tuhkanen, 1992).

Por otra parte, la cercanía al continente antártico produce ciertos efectos, debido a su gran cubierta de hielo y rodeado de centros emisores de vientos fríos, generadores de los frentes polares que no sólo afectan a Tierra del Fuego sino a toda la Patagonia, alcanzando ocasionalmente la región nordeste de Argentina y sur de Brasil. Además, no puede descartarse la participación de las corrientes marinas frías que se desprenden de la corriente circumpolar antártica: la de Humboldt en el Pacífico y la de Malvinas en el Atlántico.

Otra característica del clima fueguino es la constante presencia de viento, cuya velocidad se acentúa en los meses de primavera-verano. El viento predominante en el archipiélago es el procedente del cuadrante oeste aunque en Ushuaia proviene más precisamente del sudoeste, re-direccionamiento atribuido a la orografía. La cordillera juega un importante rol en el clima de la región, representando un gran obstáculo para los frentes de aire frío procedentes del Pacífico que se desplazan a gran velocidad en dirección oeste-este. Otro efecto de la cordillera se manifiesta a través de vientos locales muy turbulentos, de la violencia de un huracán, llamados *catabáticos* o *williwaws*, que bajan bruscamente de los faldeos montañosos hacia los canales (Tuhkanen, 1992).

En relación con la vegetación fueron numerosos los eventos que se sucedieron hasta la última glaciación. Hace 10.000 años la cubierta vegetal de Tierra del Fuego fue adquiriendo paulatinamente su aspecto actual, debido a que relictos de vegetación, principalmente boscosa, no fueron cubiertos por el hielo, los cuales, refugiados en sitios libres de glaciares, cuya ubicación está aún en discusión, fueron los semilleros responsables de repoblar la isla de organismos, gracias a la delgada capa de suelo que iba formándose. La isla se caracteriza por poseer una vegetación muy particular pues presenta una curiosa mezcla de especies, unas provenientes del *Reino Floral Neotropical*, típicamente americano, y otras del *Reino Floral Antártico*. Debido a que las tierras australes resultaron de la fragmentación del super-continente Gondwana, en el cual estaban unidas hasta hace unos 80 millones de años, la relación botánica es de suma importancia para el entendimiento de la historia de las plantas que hoy se conocen. Esto explica las relaciones florísticas de la isla con lugares tan lejanos como Nueva Zelanda, y con las numerosas islas antárticas y del Atlántico Sur.

Moore (1983) identifica cuatro zonas principales de vegetación para Tierra del Fuego que difieren en su fisonomía, estructura y composición en respuesta a condiciones del medio: la zona de estepa, la zona del bosque caducifolio, del bosque perennifolio y de la tundra magallánica (ver tabla 1).

	Tipo de vegetación	Observaciones
Bosques	Caducifolio de lenga (<i>Nothofagus pumilio</i>).	Se desarrolla en los valles y faldeos montañosos hasta los 600 m. Es el más común en la Isla Grande.
	Perennifolio de guindo (<i>Nothofagus betuloides</i>) y canelo (<i>Drimys winteri</i>).	Requieren de suelos umbríos e influencia oceánica. Los más puros ejemplos se desarrollan en la Isla de los Estados y Península Mitre.
	Mixto de lenga (<i>Nothofagus pumilio</i>) y guindo (<i>Nothofagus betuloides</i>).	Se desarrolla en valles y laderas que dan al Canal Beagle.
	De ñire (<i>Nothofagus antarctica</i>) asociado a turberas	Forma rodales de poco desarrollo, en las márgenes de bosques de lenga y turberas.
	De ñire (<i>Nothofagus antarctica</i>) de la estepa	Se desarrolla en la franja norte de la zona boscosa. Se caracteriza por su riqueza en <i>Usnea barbata</i> .
Estepas arbustivas y matorrales	De mata negra (<i>Chiliodendron diffusum</i>) y calafate (<i>Berberis buxifolia</i>).	Matorrales entre bosque y estepa, en la zona de transición estepa-bosque.
	De mata negra (<i>Chiliodendron diffusum</i>) y coirón (<i>Festuca gracillima</i>)	En la zona norte de la Isla Grande, la mata negra forma manchones en la estepa.
	De chaura (<i>Gaultheria mucronata</i>)	Generalmente en las márgenes de los bosques litorales
	De mata verde (<i>Lepidophyllum cupressiforme</i>)	Característico color verde intenso, en los suelos salinos en el NE de la Isla Grande.
	De <i>Hebe elíptica</i> y <i>Escalonia serrata</i> .	En los acantilados de la Isla de los Estados.
	De murtila (<i>Empetrum rubrum</i>)	En zonas sobrepastoreadas de la estepa, en manchas.
Estepa de gramíneas	De coirón (<i>Festuca gracillima</i>)	Cubre grandes extensiones en el norte de la isla. Constituyó el alimento ideal para ovinos.
Praderas y vegas	De juncáceas y ciperáceas	Se presentan en zonas que se anegan en forma permanente o temporaria.
	De pastos tiernos	En general en áreas cercanas a cursos de agua.
	Vega altoandina	Por encima del límite del bosque, son muy húmedas y con fuerte drenaje.
	De plantas exóticas	Son las praderas de plantas introducidas, visibles en zonas urbanas y periurbanas.
Tundra	De <i>Sphagnum magellanicum</i>	Es la comunidad más notable de Tierra del Fuego

Tipo de vegetación		Observaciones
	De charcos	Aparece en Moat y en la Isla de los Estados.
	Dura, de <i>Astelia pumila</i>	Idem anterior. Además, es la turbera típica de las Islas Malvinas.
	Con domos	Suele ser marginal a las anteriores, en lugares más secos.
Altoandina pulvinada	Vegetación de <i>Bolax gummifera</i>	En el límite altitudinal del bosque (timberline), formando duros cojines apretados.
	Vegetación de <i>Azorella selago</i>	Aún más alto que el anterior, en cojines dispersos.
Acuática (agua dulce)	Vegetación acuática con <i>Hippuris vulgaris</i>	En orillas de lagunas, lagos y ríos.
Litoral	De <i>Sarcocornia sp.</i> y <i>Senecio candidans</i>	En playas arenosas del litoral atlántico de la zona norte.
	De <i>Apium australe</i>	En playas de arena gruesa y suelta, también rocosa, sobre la línea de marea alta.
Marina	Bosques de <i>Macrocystis pirifera</i>	En el Canal Beagle.

Tabla 1 Principales tipos de vegetación. Fuente: Roig en Borla y Vereda, 2015: 58.

Los ambientes de estepa, bosque y litoral marítimo constituyen los diferentes hábitats de la **fauna** de Tierra del Fuego, cuya diversidad la encontramos en aves y mamíferos marinos. Las especies nativas más representativas son guanaco (*Lama guanicoe*), zorro colorado fueguino (*Dusicyon culpaeus lycoides*), tuco-tuco (*Cteromys magellanicus fueginus*), entre los mamíferos terrestres. Destacan los mamíferos marinos como el lobo marino de un pelo (*Otaria flavescens*) y el lobo marino de dos pelos (*Arctocephalus australis*), cuyas colonias son fácilmente observables desde una embarcación. Cabe destacar que con presencia ocasional es probable el avistaje de cetáceos, tales como mesoplodontes (*Mesoplodon grayi*), delfín piloto (*Globicephala melaena*), marsopa espinosa (*Phocoena spinipinnis*), ballenas (*Balaenoptera acutorostrata*, *B. musculus*).

La fauna exótica básicamente está compuesta por castor (*Castor canadensis*), conejo (*Oryctolagus cuniculus*) y zorro gris patagónico (*Dusicyon griseus*), debido a la amplia dispersión que han tenido, siendo el castor el que ha realizado una intensa modificación del ambiente natural.

El número total de especies de aves que se registraron para el Archipiélago Fueguino suma unas doscientas. Debido a la insularidad de Tierra del Fuego, el litoral marítimo ofrece un ambiente especial con espacios intermareales ricos en alimentos para las aves costeras⁵⁶. Las aves marinas son también relevantes, sobre todo por la posibilidad de observación que ofrecen en la zona del Canal Beagle. Entre las aves de la estepa y bosque se encuentran una importante cantidad de passeriformes, anátidos y rapaces.

A modo de síntesis, presentamos el mapa 5 del sector argentino de Tierra del Fuego, donde se distingue el relieve y la distribución de la vegetación como así también se encuentra un detalle de los archipiélagos de las Georgias del Sur y Sandwich del Sur.

⁵⁶ Entre las aves costeras se encuentran algunas especies migrantes neárticas: *Charadrius semipalmatus*, *C. falklandicus*, *C. modestus*, *Oreopholus ruficollis*, *Limosa haemastica*, *Calidris canutus*, *C. alba*, *C. fuscicollis*. El área de mayor concentración de estas aves es en la zona norte de Tierra del Fuego, sobre la franja litoral atlántica, razón por la cual el sector consta de diferentes figuras de protección: Sitio Ramsar, Red Hemisférica de Aves Playeras y Reserva Provincial Costa Atlántica.

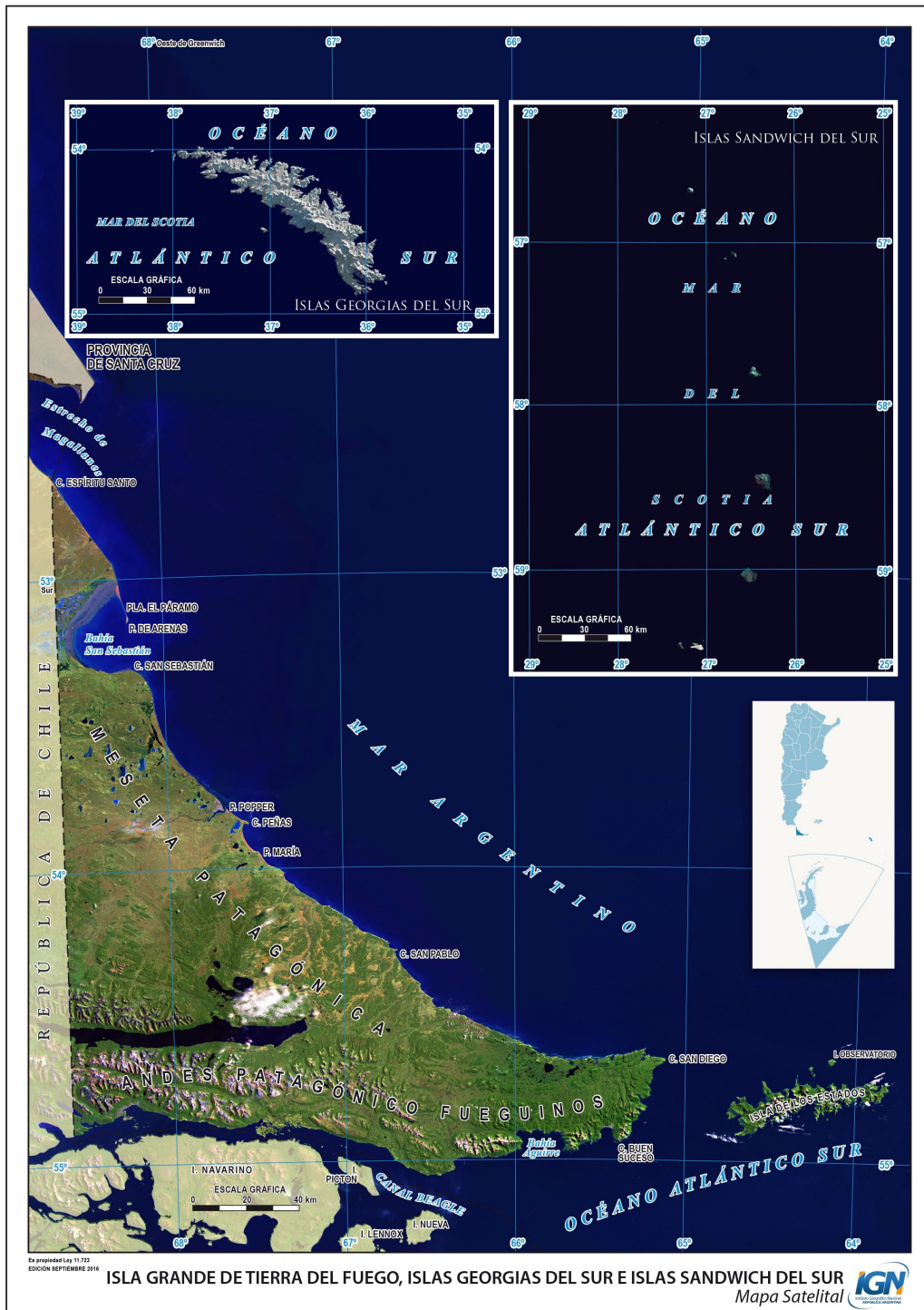


Figura 5 Mapa satelital de Tierra del Fuego, sector argentino. Fuente: Instituto Geográfico Nacional, disponible en: <http://www.ign.gov.ar/AreaServicios/Descargas/Mapas.1>

**PARTE I. APROXIMACIONES TEÓRICAS Y
ASPECTOS METODOLÓGICOS**

CAPÍTULO 1: LA CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

1.1 El turismo como práctica social

Todo intento de conceptualizar el turismo pone en evidencia el carácter complejo de nuestro objeto. Entendemos el turismo como una práctica socialmente inscrita y netamente moderna, destacando la centralidad del espacio como determinante de dicha práctica ya que ésta encuentra sentido en la valorización social de atractivos capaces de generar fruición o interés y generar desplazamientos. Es decir, que la razón de viaje lleva implícitos dos elementos ineludibles que son espacio y tiempo.

Se evidencia también que las relaciones que derivan de esta práctica conllevan un importante componente económico basado en la idea de producto-consumo (Figuerola Palomo, 2000), es decir que podemos reconocer que se trata de una práctica social que genera actividad económica (Vera et al., 1997).

Las prácticas turísticas encuentran su sentido de existencia a partir de la conquista del tiempo libre como tiempo ganado al trabajo, tiempo libre que, según señala Sue (1982), en la modernidad ya no se trata de un tiempo vacío, sino de un tiempo al que se intenta sacar el mayor rédito posible. La difusión social del tiempo libre está inscrita en una matriz social que distingue claramente el tiempo de trabajo del tiempo de ocio. Dentro del tiempo libre, en el tiempo de ocio, se incluyen las actividades destinadas a la preparación y disfrute de diversas prácticas, ubicando específicamente las prácticas turísticas, en tanto éstas se identifican en la actualidad como formas predominantes de ocio.

El ocio moderno está definido por tres características esenciales: una de tipo material, que consiste en el tiempo disponible y continuo para practicar actividades recreativas; otra de tipo social, que es la generalización de las diversiones entre la población en su conjunto; y una última de tipo institucional, caracterizada por el

hecho de que la colectividad se hace cargo de ciertas diversiones (Sue, 1982: 25). A su vez, constituye una mercancía que tiene para el sistema dominante un proceso específico, costos de producción y redes de distribución y consumo, es así como las prácticas turísticas están fuertemente vinculadas a la escisión de una esfera del ocio que tiene una contracara en la esfera del trabajo. La disponibilidad de vacaciones anuales, aumento del poder adquisitivo de diferentes sectores sociales, cambios en los estilos de vida como así también los avances tecnológicos, son algunas de las circunstancias que contribuyeron al desarrollo de prácticas turísticas enmarcadas en la esfera del ocio. El turismo se observa entonces como uno de los posibles productos de comercialización del ocio y debe ser interpretado en el contexto social en el que se desarrolla (Getino, 2009).

En este sentido, definimos el turismo como una práctica social propia de la modernidad (Bertoncello, 2002). Según Bourdieu (2007) las prácticas sociales están construidas por estructuras sociales externas y objetivas que conforman los *campos sociales* y por las estructuras sociales internalizadas, incorporadas al individuo o agente social, que constituyen el *habitus*. Siguiendo esta idea atendemos al concepto de *habitus* que nos permite entender cómo los agentes sociales se orientan en su espacio social, adoptando prácticas en función de ese esquema social. Entonces, el *habitus* se refiere a (Bourdieu, 2007:86):

[...] sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y

“regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta.

En consecuencia, las prácticas sociales se explican vinculando las condiciones sociales en las que se ha constituido el *habitus* que las ha generado con las condiciones sociales en las que el *habitus* opera. La noción de *habitus* de Bourdieu, permite pensar en un sistema de disposiciones en el ejercicio del ocio que estructura y condiciona los modos de ver y hacer turísticos, a la vez que es transformado por esas acciones.

Asimismo, Abric (2001:195) define las prácticas sociales como “*sistemas de acción socialmente estructurados e instituidos*”, tomando en consideración dos factores esenciales, por un lado, las condiciones sociales, históricas y materiales en las que se inscriben y, por otro, su modo de apropiación por el individuo o grupo. Agrega, además, que para que una práctica social se mantenga es necesario que pueda ser apropiada, integrada a un sistema de valores, creencias y normas, ya sea adaptándose a él o transformándolo.

En esta línea, las prácticas comprenden todos los desplazamientos, todas las frecuentaciones y relaciones que se construyen en los lugares, es decir todos los actos espaciales que el individuo maneja dentro de su entorno. Ellas van de sus primeros aprendizajes hasta las organizaciones colectivas más ramificadas, más complejas que contribuyen a forjar y en las cuales participan concretamente (Di Meo y Buléon, 2005:40).

En consecuencia, resulta fundamental reconocer que el destino turístico se erige como el referente territorial donde adquieren sentido las prácticas turísticas,

considerando al turismo tanto como agente productor y agente transformador. De este modo, claramente podemos aplicar al turismo lo que Di Meo y Buléon (2005) señalan para las prácticas: que éstas se repiten, materializan la interacción social y espacial, reconstruyendo las herencias y creando la novedad.

Asimismo, Bustos Cara (1996) se refiere a la práctica turística como creadora de imágenes y representaciones que impregnan no solamente al mercado sino también a las sociedades de acogida, como proceso creador de imágenes, tanto las que crea el territorio como así también las que se crean desde fuera de éste.

1.2 Las prácticas turísticas entre el modelo fordista y la lógica postfordista

Entendemos por modernidad a una cierta organización social que comienza a partir del Siglo XVII, debido básicamente a grandes revoluciones: la americana y la francesa, que proporcionaron el andamiaje político e institucional en tanto la revolución industrial brindó la base económica para el desarrollo del industrialismo, del urbanismo y del capitalismo como sistema socioeconómico. Al establecerse una ruptura con las tradiciones y con la religión, la sociedad se estructura sobre un sentido racional que se extiende a todas las esferas (Águila Soto, 2007). Esta estructuración profunda se basa en una idea totalizadora y en una mentalidad moderna que provoca una verdadera diferenciación respecto del propio pasado y a algunas sociedades del presente que son consideradas premodernas (MacCannell, 2003).

A medida que avanza la modernidad, el ocio se erige como un componente necesario que permite el mantenimiento del orden moderno y del bienestar del individuo. Como otros aspectos del orden social, el ocio es legitimado e incorporado

a la vida social, alcanzando un importante número de población, siendo reguladas políticamente estableciendo espacios y tiempos para su disfrute (Águila Soto, 2007). En esta situación comienza a consolidarse el turismo, como una actividad fundada en el desplazamiento del lugar de trabajo a otro lugar, generalmente, asociado a aspectos de la salud. Según analiza Chadeffaud (1987) las clases dominantes crean el “mito” sobre un lugar de vacaciones, esta práctica luego es emulada por las clases dominadas, quienes buscan otros lugares para su disfrute una vez que los primeros fueron apropiados por las clases sociales populares, es así como ya a mediados del siglo XX se consolida el turismo de masas.

La eclosión del turismo de masas se produce en la década del '50 y '60 siguiendo un modelo estandarizado con una producción en masa de destinos que se comienza a desarrollar en Europa alcanzando su máxima expansión en la etapa de reconstrucción de la posguerra. Este gran crecimiento cuantitativo del turismo se inscribe en el marco del fordismo ya que asume las principales características de este modelo económico de producción estandarizada, grandes empresas, trabajos monótonos y repetitivos organizados bajo los principios que regían una racionalidad de tipo taylorista (Hiernaux, 2006). Es decir que la lógica industrial capitalista termina siendo constitutiva del turismo en función del contexto espacio-temporal en el que se desarrolla. Este modelo tuvo un gran efecto de difusión, abarcando en primer término las costas mediterráneas y trasladándose a distintos espacios litorales que ofrecían condiciones óptimas para el desarrollo del heliotropismo como práctica saludable.

A partir de la década de 1980 el modelo fordista presenta los primeros signos de agotamiento donde se hacen evidentes las debilidades del sistema (Donaire, 1998). Las tendencias del crecimiento propias de este modelo van a ir reduciéndose a

partir de algunos eventos que señalan ciertos quiebres en los movimientos masivos de turistas, básicamente éstos se ven influidos por la crisis de los años '70 (aunque luego hay una reactivación de la actividad con los mismos estándares), las crisis de las economías asiáticas, terrorismo internacional, entre otros (Hiernaux, 2006). Asimismo, la instalación del paradigma de la sostenibilidad y del ecologismo como práctica política va a favorecer que este tipo de prácticas de carácter masivo, comiencen a ser seriamente criticadas y se vaya desarrollando un nuevo modelo que pretende imprimir prácticas más “ambientalmente responsables”; no obstante, persiste una coexistencia entre ambos modelos.

Debido a la incorporación paulatina de la lógica neoliberal, el espacio se sumió a una internacionalización y sumisión a lógicas extra-regionales, en gran medida entrando en tensión con los intereses y necesidades locales y, privilegiándose, de este modo, la idea de libre mercado. Este cambio se va a producir más claramente a partir de los años '90 donde se evidencia una fuerte declinación de la intervención del Estado como promotor de destinos turísticos. Esta transición se genera al reconocer unos conceptos clave que se relacionan con la crisis de la estandarización de los productos, la incorporación del turismo en nuevas esferas sociales, la redefinición de la autenticidad del turismo, la renovación tecnológica y la universalidad de la mirada turística (Donaire, 1998; Urry, 2004; Cohen, 2005).

Básicamente, en la posmodernidad caen las narrativas que fueron antes dominantes, es decir, ya no prevalecen visiones totalizadoras del mundo, hay nuevos relatos, se producen fragmentaciones. La intensa movilidad de flujos de distinto tipo es una característica de la posmodernidad, dirigida por las fuerzas de la globalización. Estas fuerzas desdibujan los bordes tradicionales entre culturas conduciendo, por un lado, a una homogeneización (McDonalización) y, por otro, a

una hibridación (fusión de distintos elementos culturales) (Cohen, 2005). En términos de Harvey (1998:320) podemos pensar en el rol del “simulacro”, concebido por “[...] un grado de imitación tan perfecto que se vuelve casi imposible detectar la diferencia entre el original y la copia”.

Asimismo, la crisis de la estandarización y homogeneidad en la oferta turística ha traído como consecuencia una búsqueda por productos turísticos que se basen en la singularidad y la especificidad desde la oferta y, desde la demanda, se distinguen segmentos específicos en relación con las preferencias para las visitas.

En la redefinición de la autenticidad, Donaire (1998) distingue entre la inautenticidad o hiperrealidad y la reivindicación de la identidad local. Para el primer caso señala que la recreación de espacios hiperreales es concebida como una versión perfeccionada de los espacios que imitan. Por otra parte, la identidad local se erige con una nueva mirada sobre su importancia en el sentido de bien común, estando el turismo fuertemente atraído por el conocimiento del espacio de acogida en niveles de vivencias directas que permiten descifrar los códigos de las sociedades que los reciben.

La innovación tecnológica presenta para el turismo un gran cambio en función de las posibilidades de generar redes a través de un espacio cibernético que permite un acercamiento masivo a potenciales clientes, concreciones de negocio, difusión de productos, comunicación en tiempo real y a bajo costo, reservas y ventas *on line*, etc.

En relación con la universalización de la mirada turística son los nuevos escenarios emergentes los que comienzan a ponerse en el campo del consumo. Al existir una demanda tan especializada y con motivaciones de lo más diversas se amplía la

mirada turística propiciando que cualquier espacio sea susceptible de convertirse en turístico (Urry, 2004).

A pesar de las dicotomías presentadas y que contraponen ambos modelos, es imprescindible aclarar que la ruptura no es tan evidente, sino que conlleva una lenta transición; es más, en muchos espacios se produce una coexistencia de prácticas turísticas fordistas y posfordistas. Se puede definir un turismo caleidoscópico formado por escenarios diversos y, a menudo, contrapuestos (Donaire, 1998).

Asimismo, aparecen distintas y variadas estrategias que intentan, por un lado, modificar las lógicas dominantes de los destinos turísticos maduros, propiciando planes para su dinamización como así también reconvertir áreas industriales y mineras en declive. De este modo, las prácticas turísticas irrumpen en escenarios otrora únicamente productivos permitiendo la integración de espacios alejados de la lógica de interés turístico, se recuperan así espacios portuarios, localizaciones degradadas urbanas, edificios singulares, etc. Con el fin de “cambiar el rumbo” de los destinos maduros que se encuentran en su etapa de obsolescencia y donde, según Butler (1986), habría una oportunidad para “rejuvenecer” ese destino se llevan adelante distintas estrategias amparadas en instrumentos flexibles como la planificación estratégica, el marketing o la planificación en el marco de la sostenibilidad.

En muchos casos, esta remodelación de los destinos maduros se basa en la refuncionalización de estructuras preexistentes como así también en la consolidación de nuevos complejos turísticos, que suponen la creación de espacios temáticos desnaturalizados de su origen y que invaden diferentes lugares del planeta, suponiendo más lecturas de la globalización.

Aquí Donaire (1998) presenta cuatro procesos que explican cómo los espacios temáticos alteran la lógica de las formas turísticas tradicionales: celebración de la inautenticidad, creación de espacios al margen, concepción integral y pérdida de fronteras entre espacio público y privado.

Con la celebración de la inautenticidad se pretende convencer que el simulacro supera la realidad, se crea una nueva lógica espacial basada en la recreación de espacios y culturas diversas que toman una nueva forma en ese nuevo espacio. El autor se refiere a espacios al margen ya que presentan una disociación material y psicológica del entorno exterior, crea un entorno nuevo. La planificación integral involucra la idea de diseño único y de concepción global. Estos espacios alteran, además, la diferenciación entre el espacio público y el espacio privado ya que la frontera entre éstos no es elocuente como sí lo era en el espacio tradicional.

1.3 La relación entre espacio y turismo

Entonces, caracterizar el turismo como práctica socio-espacial nos permite pensar en el abordaje del espacio como totalidad, el espacio geográfico como objeto de nuestra preocupación. Esta práctica social colectiva integra mecanismos distintos en relación con el espacio, la identidad y el Otro (Hiernaux, 1996). De este modo, se generan consecuencias específicas en el territorio, donde cobra sentido no sólo el espacio de destino turístico, sino también el espacio emisor, donde se generan las necesidades, motivaciones, expectativas e imágenes y el espacio de tránsito o ruta de movilización. Entendiendo al turismo como práctica social observamos que la relación de estas prácticas y el espacio es fundamental, no lo reduce únicamente a su escenario o soporte, sino que provoca transformaciones en distintos sentidos que refuerzan la idea de espacio como totalidad.

En el marco de la relación turismo y espacio, consideramos el espacio como objeto de las prácticas turísticas, atendiendo a la idea de territorio usado como sinónimo de espacio geográfico que propone Santos (2000), es decir como un conjunto indisociable de sistemas de objetos y sistemas de acciones, sumamos el planteo de Werlen (1993) para quien el elemento central del análisis lo constituyen la acción y el acto.

Estas prácticas resultan de la valorización que el hombre realiza de la diferenciación espacial y que refleja los patrones culturales propios a cada tipo de sociedad y a sus posibilidades técnicas disponibles en cada momento (Côrrea, 1995).

Como ya se ha mencionado precedentemente, las prácticas turísticas tienen su génesis en el tiempo de ocio que ha sido ganado al tiempo de trabajo, donde el hombre busca encontrar en un lugar determinado la concreción de expectativas y de imágenes de una naturaleza de la cual se ha alejado en virtud del desarrollo de ciudades industrializadas, como así también de otras búsquedas generalmente asociadas a rupturas con la vida cotidiana. La materialización de estas motivaciones en el viaje deviene en la experiencia. Es en este sentido que tratar al turismo como práctica social implica contextualizarlo en el marco de procesos sociales más amplios, que permiten interpretarlo y sin los cuales no tendría sentido.

Como ya habíamos planteado, el espacio no es ni una cosa ni un sistema de cosas, sino una realidad relacional. De este modo, consideramos el espacio como el conjunto inseparable del que participan, por un lado, cierta disposición de objetos geográficos, objetos naturales y objetos sociales y, por otro lado, la vida que los llena y los anima, la sociedad en movimiento (Santos, 2000).

En este mismo sentido, atendemos el planteo de Soja (2009) cuando re-define la dialéctica socio-espacial en la noción de una trialéctica, que puede ser solamente

interpretada examinando la interrelación entre espacialidad, historicalidad y sociabilidad, una dialéctica del espacio percibido, del espacio concebido y del espacio vivido. Así presenta la idea de tercer espacio como concepto que comprende todo lo real y lo imaginario, lo abstracto y lo concreto, lo subjetivo y lo objetivo, lo conocible y lo inimaginable, etc. A partir del abordaje que propone en esta triple relación re-significa el espacio como un modo de repensar la relación historia-sociedad.

Desde este enfoque, coincidimos con Almirón (2004), cuando señala que el turismo como práctica social requiere del espacio material, conceptual y vivido y, a su vez, produce espacio tanto material, conceptual como vivido.

El espacio geográfico del turismo se materializa, constituye configuraciones territoriales donde se da cuenta de la existencia, se generan nuevas organizaciones y nuevos usos, aparecen nuevos eventos. De este modo, se llega a una construcción intelectual en virtud de las prácticas turísticas que se entretajan en el espacio con otras prácticas, generando interacciones y re-significando el lugar. Al espacio lo visualizamos como un híbrido en el cual es necesario encontrar las subtotalidades significativas dadas por los sistemas de objetos, de acciones que, a su vez, son mediadas por normas. Específicamente, en estas subtotalidades es posible discernir entre espacio emisor, ruta de tránsito y el espacio receptor o el destino turístico.

La práctica turística se define a partir del contraste con las experiencias cotidianas y rutinarias vividas en los lugares de residencia habitual. Supone una distancia física, psíquica y social respecto de los ámbitos de trabajo y las prácticas usuales del orden familiar y laboral. En este sentido, se define en relación con la vivencia de un tiempo y un espacio extraordinarios que sustrae a los sujetos de los modos de

relación habituales, de los horarios y de los recorridos cotidianos. Este distanciamiento consciente, posibilita que los turistas en sus prácticas observen, conozcan, aprecien, recuerden, los lugares visitados.

Esta práctica de ruptura limitada con la vida cotidiana, supone la valorización de la diferenciación de lugares, diferenciación resultante entre la práctica cotidiana del lugar de residencia y/o trabajo y la práctica hasta cierto punto libre de normas. Sin embargo, la ruptura con la cotidianidad generalmente no se logra, reincidiendo con prácticas rutinarias en el lugar de visita (Bertoncello, 2002). Los lugares turísticos son elegidos porque existe la expectativa de lo diferente, construida por una variedad de prácticas no turísticas.

En este marco, nos preguntamos ¿En qué sentido podríamos plantear la dicotomía entre los espacios de lo cotidiano y el espacio turístico?

Lefebvre (en Lindón, 2004) presenta a través de una historia ficticia¹ la contrastación del espacio cotidiano y el que se encuentra fuera de los límites de ese espacio cotidiano, utilizando la idea de la *terrae cognita* y la *terrae incognita*² respectivamente. Asimismo, señala como componentes de la vida cotidiana al espacio, el tiempo, lo simbólico y las prácticas. El espacio lo entiende como tejido de redes, como referente, dotado de sentido por los sujetos y, a su vez, dándole sentido a los actores, el espacio cotidiano implica pluralidad de sentidos. Cuenta con aspectos subjetivos (el entorno del individuo y su grupo, horizonte dentro del que se

¹ Se refiere a la obra *Ulises*, de James Joyce, publicada en 1922 en Irlanda como *Ulysses*.

² Wright en 1946 recrea el término cartográfico *Terrae Incognitae*, dándole un sentido diferente, indicando que para que un lugar sea conocido depende de para quién es conocido y de qué tipo de conocimiento se trata. Esta nueva idea le permite incorporar la subjetividad. Luego Lowenthal retoma esa idea a partir de preguntarse si es lo mismo el conocimiento del mundo (aún lejano) y la *Terrae cognitae*. Entiende que el primero es información consensuada socialmente mientras que el segundo trata del mundo percibido y vivido. (Lindón, 2006).

sitúan y viven) y objetivos (durable). Otro elemento lo constituye lo simbólico, identificando una comunidad que reconoce el símbolo, es connotativo y no denotativo.

El tiempo es un componente del que no puede prescindir el espacio cotidiano, se trata de la permanente intersección de tiempos lineales (derivan de la tecnología, el conocimiento y la racionalidad) y tiempos cíclicos (derivan de la naturaleza). El tiempo cotidiano se refiere al de las prácticas de los individuos, el constante transcurrir que, a su vez, está dentro de un cierto tiempo histórico.

Las prácticas sociales las concibe como totalidad social, como praxis, integrando distintos niveles: desde el biofisiológico hasta el nivel formal y abstracto de los símbolos, la cultura, las representaciones, las ideologías. Presenta dos tipos de praxis: repetitiva e inventiva o creativa, la primera reproduce el mundo, contribuye a su estabilidad, en tanto la segunda, genera un cambio de lo cotidiano.

Lo más importante tiene que ver con que la cotidianeidad en realidad es el todo, es el encadenamiento de las prácticas, el contexto de las acciones, las relaciones sociales en las cuales tienen lugar, debido a que el encadenamiento se desarrolla en un espacio social y en un tiempo social. Lefebvre manifiesta su preocupación en relación con las fragmentaciones que se pueden llegar a generar al considerar como entidades diferentes la vida del trabajo, la vida familiar, las distracciones, el ocio, cuando la cotidianeidad involucra no únicamente las prácticas, sino también los deseos, capacidades y posibilidades de los individuos, es decir, la vida de la persona cargada de sentidos y simbolismos en espacios que lo modelan y al que también le dan forma (Lefebvre en Lindón, 2004).

Las prácticas sociales de la cotidianeidad incluyen desde los movimientos rutinarios hasta los desplazamientos por turismo, no es posible desligar el encadenamiento de

la vida cotidiana con las prácticas de ocio.

Siguiendo la línea argumental que venimos desarrollando, entendemos que las prácticas turísticas, como toda práctica social, le otorgan significado a los lugares, tomando también significados de ellos.

Para aproximarnos a la relación de espacio y lugar, nos interesa la ruptura que se produce a partir de 1960, aproximadamente, con corrientes fundadas en el positivismo, que entendían el espacio únicamente como objetivo. La geografía radical dio un primer paso en este sentido, Lefebvre (en Claval, 2002) comienza con un planteo que sitúa al espacio no como una horizontalidad única, sino como una acumulación de capas, la primera corresponde al espacio físico, la segunda a la realidad social y la tercera a las representaciones que se hacen del espacio. De esta manera, el espacio subjetivo comienza a ser abordado como objeto de estudio por dos corrientes, la geografía humanista y la geografía de la percepción y el comportamiento.

La geografía humanística surge en los años '70, destacando la importancia de la unicidad del lugar y el espacio subjetivo, valora el vínculo emocional por encima del racional. Tuán, Lowenthal, Buttimer, Ley, entre otros, son los principales referentes. Esta perspectiva marca un creciente interés en la naturaleza de la conciencia humana en relación con las prácticas socio-espaciales, destaca los aspectos humanos a partir de los significados y valores del hombre en sociedad, destaca la dimensión subjetiva y la experiencia vivida.

Esta nueva idea de espacio humanizado no llega a ser entendido sin hacer referencia al espacio social y sus relaciones. Se trata de espacios de la experiencia personal, espacios vividos, espacios símbolo.

Desde esta perspectiva, se reclama el espacio existencial frente al espacio

geométrico y objetivo. Se reivindica el lugar como concepto clave, como único y complejo. Adquiere un valor que deriva de la percepción de los individuos y del significado que se le ha atribuido, representa la encarnación de las experiencias y aspiraciones de la gente. Son espacios relacionados con la existencia de cada individuo, con sus experiencias y su relación con el entorno, con la percepción que del mismo se tiene en función de su matriz social. (Ortega Valcárcel, 2000).

Atendiendo al concepto de lugar, Agnew (1987; 2011) destaca tres aspectos: ubicación, sitio y el sentido de lugar. De los tres el primero se refiere a la ubicación en el sentido estricto de coordenadas geográficas, el segundo como el lugar material donde se dan las relaciones sociales, es así como el lugar es materialidad, incluso los lugares imaginados. Por último, el sentido de lugar agrega a la ubicación y materialidad, la subjetividad y el apego emocional de la gente con el lugar.

El espacio se transforma en lugar en la medida que adquiere definición y significado (Tuán, 2008a). Según Tuán (2008b) ese significado yace en las expresiones que los individuos utilizan cuando quieren adjudicarle al lugar un sentido de mayor carga emocional que de ubicación o nodo funcional. La personalidad de un lugar se compone del legado natural y las modificaciones forjadas por sucesivas generaciones de personas. La personalidad contiene dos aspectos, uno donde comanda el asombro y sobrecogimiento en tanto el otro evoca afectividad. El primer aspecto aparece como sublime y objetivo, independientemente de la existencia de necesidades humanas y aspiraciones, en este caso nos encontramos con importantes manifestaciones de la naturaleza, como el caso de la Antártida. En contraste, el segundo aspecto, se relaciona con el carácter que el individuo deposita en el lugar, haciéndose aficionado a éste. Además, el autor plantea que, si bien el lugar posee una personalidad, únicamente los humanos podemos tener un “sentido

de lugar”. Las personas demuestran su sentido de lugar cuando aplican su moral y discernimiento estético a distintos sitios.

Entendiendo el “sentido” (*sense* en inglés, como originalmente lo utiliza Tuán) en el contexto que lo estamos analizando, como sentido de lugar, adquiere dos significados. Uno, visual o estético, donde la vista se entrena para distinguir lo bello, desde esta idea limitante los lugares son locaciones que ofrecen un impacto visual. Por otro lado, el mundo se conoce a través de distintos sentidos, no únicamente de la vista, que requieren de un contacto más cercano y de una mayor asociación con el entorno. En general encontramos el sentido de lugar cuando lo hemos dejado y a través de la distancia tenemos una mirada integral sobre él. De esta manera, los viajes incrementan la conciencia sobre nuestro hogar como un lugar.

Tuán indica que, en la experiencia el significado de espacio se funde con el de lugar, siendo espacio más abstracto:

Lo que comienza como espacio indiferenciado se transforma en lugar a medida que lo conocemos mejor y lo dotamos de valor. [...] Las ideas de “espacio” y “lugar” se requieren mutuamente para definirse. Desde la seguridad y estabilidad del lugar somos conscientes de la apertura, libertad y amenaza del espacio, y viceversa. (Tuán, 2008a).

No obstante, otros pensadores como Sack (1997) y Malpas (1999) consideran que, si bien los lugares específicos son producto de la sociedad y de la cultura, la sociedad misma es inconcebible sin el lugar. Al respecto, Malpas señala:

[...] el lugar no se funda sobre la subjetividad, sino que sobre él la subjetividad es fundada. Por consiguiente, no se tiene primero un tema que toma ciertos

rasgos del mundo en términos de idea de lugar, pero la estructura de la subjetividad se da en la estructura del lugar. (Malpas, 1999:35).

De esta manera, explica que las personas no pueden construir el lugar, sin estar primero en él, el lugar es anterior a la construcción de significado y de la sociedad. Se encuentra antes porque es el hecho experiencial de nuestra existencia (Cresswell, 2010).

Por otra parte, se concibe a los lugares como “nunca terminados”, el lugar es lo que tiene lugar de manera incesante. Desde la teoría estructuralista³, las estructuras dependen de nuestras acciones para existir y nuestras acciones son dotadas de significado por las estructuras que yacen más allá. Las reglas permean los lugares, en un momento determinado los lugares proveen un grupo específico de estructuras. Los lugares que tenemos que negociar son el resultado de las prácticas de aquellos que estuvieron antes que nosotros y, en el futuro, esos lugares serán diferentes. A su vez, el nivel de agencia no es tan fácil de estructurar y las mismas estructuras se forman a través de la repetición de las prácticas por los agentes, de este modo, los lugares no se terminan y son resultado de procesos y prácticas. (Cresswell, 2010).

1.4 Destinos remotos del turismo

La idea de lo remoto en su relación con las prácticas turísticas aparece asociada a territorios periféricos respecto de los mercados ubicados en zonas centrales, donde el factor “distancia” ocupa un lugar destacado en la configuración de lo lejano,

³ Esta teoría intenta describir y entender las relaciones entre estructuras dominantes y globales que influyen en nuestras vidas, desde grandes estructuras tales como el capitalismo y patriarcado a estructuras menores como instituciones nacionales y locales, y nuestra propia habilidad para ejercitar el nivel de agencia en nuestras vidas. (Cresswell, 2010).

entendiendo esa distancia en función de la concentración de las estructuras, poblaciones y actividades de la civilización moderna. Su atracción se relaciona con *“un verdadero sentimiento de separación y diferencia, causado en parte por estar físicamente apartado, y quizás en consecuencia, diferente de la tierra firme contigua”* (Butler, 1993: 71), destacándose lo que Butler (1993) denomina el factor “Robinson Crusoe”, es decir, el turista siendo una de las pocas personas que pueden tener una experiencia en el destino.

Además, Lawson y Burkhardt (2005) agregan que la única forma de acceder es a través de la vía marítima, aérea o ferroviaria; siendo los atributos de los productos turísticos que se conforman en estos espacios: la inaccesibilidad, el aislamiento respecto de impactos humanos y la alta calidad de los recursos ambientales.

Además, Dann (2006) presenta la contracara de la icónica frase “el paraíso”, reservada para los destinos tropicales, señalando que ha perdido su sentido original transformándose en el “paraíso perdido”. Es así como se buscan otros lugares donde recrear esta idea, encontrando en los destinos remotos la “inocencia prelapsaria”, debido a la escasa intervención de carácter industrial, donde predomina la naturaleza salvaje.

Este tipo de prácticas se relacionan con áreas silvestres que brindan la oportunidad de tener experiencias en una naturaleza relativamente prístina. Estas cualidades son especialmente apreciadas en los países con altos niveles de urbanización al proveer un contraste con el estrés de la vida urbana (Boller et al., 2010). Básicamente, debido a su ubicación lejana de centros urbanos industrializados, los espacios remotos ofrecen refugio a importantes colonias de vida silvestre que se concentran en la periferia de los mercados globales (Boyd Kramer et al., 2009). Asimismo, lo remoto lleva implícita la idea de “pureza”, en el sentido de su

asociación con el “origen”, es decir, el ambiente prístino, prácticamente según fue modelado por la última glaciación, por ejemplo (Eames, 2004 en Dann, 2006).

En cuanto a los valores espirituales, los espacios remotos se visualizan como un lugar para la renovación personal, un atributo existencial muy utilizado en los catálogos de viaje. Estas connotaciones desde lo sagrado, están establecidas por referencias directas o implícitas hacia lo divino, considerando en varios casos que la riqueza emotiva de la experiencia en la naturaleza puede ser considerada como espiritual (Dann, 2010). Dann también plantea el autodescubrimiento o reafirmación de la identidad en espacios donde la confrontación de uno mismo con la naturaleza provoca un sentimiento de humildad en el sujeto y con ello, la capacidad de concentración y contemplación espiritual, purificación y renacimiento. De alguna manera, los individuos se convierten en amantes de la naturaleza, como condición para verse como parte de ésta. Sumado, además, que el autodescubrimiento se encuentra asociado con el contacto directo con la naturaleza, las actividades que se realizan en un destino remoto están imbuidas de aventura en tanto las condiciones meteorológicas son generalmente adversas. Es así que la observación de aves (*birdwatching*), rafting, trekking, esquí de travesía, kayaking, entre otras, conforman un desafío para el auto-desarrollo.

En este sentido, “lo remoto” se constituye en un valor donde la pristinidad y la naturaleza inaccesible conforman un producto que genera un gran atractivo (Vereda y Jensen, 2014). Sumado a esta idea, Baldacchino (2006) plantea que las islas frías ubicadas en territorios extremos proveen un entorno de particular interés para aquellos tipos de turistas que buscan ambientes naturales y escenarios no-ortodoxos. Los destinos remotos poseen una atracción particular que Dann (2006) denomina “*anti-tourist appeal*” o la atracción anti-turista, es decir, que haya poca

gente que efectivamente visite estos lugares es una forma de atracción para visitar el lugar. De alguna manera se genera un sentido de distinción respecto de los turistas que visitan lugares masivos. Estos turistas con iniciativas e innovadores que se adentran en áreas nuevas y con escasa intervención humana, frecuentemente se convierten en los pioneros de la visita turística por otros que siguen sus pasos. (Cohen, 1989).

Asimismo, este tipo de destinos satisfacen la búsqueda de conocimiento en tanto son auténticos, donde es posible ser testigos de la naturaleza e historia real, sumando a la experiencia un aprendizaje significativo.

Por último, nos interesa la propuesta de Lew y MacKercher (2006, en Williams y Lew, 2015), al reconocer que la geografía turística de un lugar consiste de la *Terra cognita*, lugares conocidos para los turistas de masas; *Terra intimidus*, lugares también conocidos pero evitados por muchos turistas debido al peligro y riesgo existente en ellos, debido sobre todo al crimen; la última categoría es la que nos interesa particularmente ya que se refiere a la *Terra incognita*, lugares desconocidos para la mayoría de los turistas, de potencial valor, especialmente para el turista individual. Turismo en *Terra incognita* ofrece interesantes oportunidades para vivir experiencias existenciales de alto contenido individual, se trata del tipo de experiencias que son recordadas por largo tiempo.

1.5 Los flujos turísticos en el mar

Particularmente, el turismo de cruceros constituye una actividad dinámica, cuyos flujos presentan una alta movilidad en el mar. Este segmento de la actividad turística ha ido incrementando diversos espacios geográficos de visita de acuerdo a las características de las compañías y a los perfiles de la demanda. Las zonas de

operación de las compañías navieras se seleccionan en función de las condiciones climáticas (estaciones) y, en consecuencia, dependiendo de la época del año las flotas se desplazan de un hemisferio al otro (OMT, 2003; 2008).

Asimismo, Wood (2000) plantea que la característica distintiva de los cruceros en relación con la movilidad marítima ha generado una globalización en el mar, que permite ilustrar claramente cómo la reestructuración económica global refleja y promueve nuevas formas de desterritorialización del capital y del trabajo. En este sentido, se puede observar cómo el crecimiento de los destinos turísticos tiende a ser exógenamente determinado. Según el mismo autor, el examen de este sector del mercado lleva a considerar tres manifestaciones principales de la globalización: una reestructuración de una actividad expuesta a la competencia global, a la movilidad del capital y a la migración de mano de obra. En el territorio receptor de los flujos turísticos se reconocen como capital financiero recursos ajenos al territorio mismo, dada la creciente transnacionalización del capital o la mayor movilidad espacial y desterritorialización de éste, configurando la base de ese crecimiento exógeno.

Es así como se presenta un mapa complejo de movilidad de flujos turísticos marítimos que demandan puertos que permitan realizar el recambio de pasajeros y tripulantes y el abastecimiento de diferentes insumos, como así también una serie de recursos territoriales que configuren una oferta turística atractiva para el pasajero y remunerativa para los operadores del crucero. No obstante, es importante destacar que, aunque el crucero en muchas ocasiones se transforme en la atracción en sí misma del producto turístico, las posibilidades de consumir los bienes patrimoniales asociados a los destinos y diferentes tipos de servicios también se relacionan con la motivación de viaje del crucerista. Hay que tener en cuenta que,

prácticamente, todo el planeta puede pensarse como turístico debido a los cambios recientes de las preferencias de la demanda y a la expansión de la mirada turística (Urry, 2004).

Son diferentes los componentes espaciales involucrados en la movilidad de los flujos turísticos, tales como las ciudades puerta de entrada, nodos, espacios emisores y receptores de turistas, distancia, conectividad, entre otros (Higham et al., 1996).

Por otra parte, los destinos turísticos dependen de ciertos factores para su desarrollo, Vera et al. (1997) distinguen tres factores principales que tienen una incidencia directa en la localización de las actividades turísticas y en la configuración de los destinos, los factores espaciales, ambientales y dinámicos. En el primer caso se considera la distancia física entre lugares de origen y de destino, que involucra tiempo y costo de desplazamiento; en el segundo caso, se definen los factores ambientales como aquellos bienes patrimoniales cuyo valor es dado mediante procesos de activación social, bienes que generan las motivaciones del viaje. Por último, presentan como factores dinámicos al desarrollo de aspectos técnicos que ejercen una gran influencia en la dinámica de movimientos turísticos. Especialmente en el segmento de turismo de cruceros es notable cómo el avance tecnológico ha favorecido el crecimiento de la actividad, en términos de construcción de buques de mayor porte, innovación en las comunicaciones, acceso a lugares remotos, entre otros. En este sentido, la infraestructura, particularmente de transporte y de comunicaciones, cumple un rol estratégico para fortalecer la capacidad de articulación de una región.

CAPÍTULO 2: REPRESENTACIONES E IMAGINARIOS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

2.1 La percepción del espacio turístico y las representaciones sociales

Los lugares y las imágenes que se generan de ellos son fundamentales para la materialización de las prácticas turísticas. La demanda turística deviene de las percepciones individuales y colectivas de experiencias turísticas que están asociadas con lugares particulares. La promoción y el marketing crean una dependencia en la formación y diseminación de imágenes atractivas y positivas de los destinos. De este modo, el turismo diseña un mapa de manera distintiva y es así cómo vemos la geografía del turismo, como la manifestación colectiva de percepciones e imágenes que constituyen los destinos turísticos. Sin embargo, como esas percepciones e imágenes son re-definidas y re-formadas en respuesta a expectativas cambiantes del público, gustos, modas, niveles de concientización, movilidades y afluencias, se generan nuevas geografías del turismo (Williams y Lew, 2015). Ante la modificación o reemplazo de prácticas asociadas a patrones previos de comportamiento, diferentes formas del turismo surgen en nuevas áreas de interés.

Como ya se mencionó en el capítulo precedente, son varios los factores que influyen en la configuración de los espacios turísticos, en la re-significación de los espacios que pasan a integrar una dinámica turística basada en dos dimensiones, por un lado, la dimensión de la materialidad (de carácter objetivo) y, por otro, la de las representaciones (de carácter subjetivo).

Por la materialidad que se produce en los lugares turísticos, entendemos el desarrollo de toda la dinámica social de la producción, como la construcción de

equipamiento, incorporación de diferentes servicios, producción de bienes, generación de empleo, entre otros.

Por otra parte, la dimensión representacional se basa en la producción de una serie de discursos (narraciones, imágenes, etc.) que señalan cómo leer el espacio en función del turismo y sus prácticas. Se construyen representaciones que seleccionan partes de la realidad que se pretende mostrar y la ponen “en orden”, se le da un sentido a partir de las valoraciones sociales. Es así como podemos pensar que el turismo se basa en la construcción de representaciones. Siguiendo esta idea entendemos que las representaciones remiten a todo aquello que el turista se encuentra interesado en ver, es decir en la construcción de imágenes que se generan en el lugar de origen en función de las matrices culturales, de la cosmovisión del lugar de residencia habitual. De algún modo, el turismo construye en el destino una subordinación al lugar de origen, generando ciertas estrategias de dominación. En realidad, el destino turístico no es ni el lugar de origen ni el destino *per se*, sino ambos relacionados; esta mirada nos permite entender el espacio turístico como un espacio de suma complejidad, donde se interrelacionan diversas miradas, intereses, intencionalidades.

La materialidad del mundo geográfico constituye, a través de la percepción, la base de nuestras representaciones. Como estructura, está impregnado con la presencia de, y las marcas históricas dejadas por vínculos sociales de producción. En este sentido, es necesario complementar el concepto de espacio como representación y de espacio vivido con la noción de metaestructura socio-espacial, un paso que no se puede obviar en el camino a la formación del territorio (Di Meo, 1991). Siguiendo con Di Meo, este autor

plantea que toda la realidad geográfica resulta de las representaciones mentales individuales, validadas por un cierto sentido común o sentido social.

Si bien el concepto de representaciones fue introducido por Durkheim como “representaciones colectivas” en tanto compartidas por una misma comunidad, en términos generales, la perspectiva de las representaciones sociales fue ampliamente desarrollada por Moscovici (1979: 16) quien se refiere a que toda representación:

[...] está compuesta de figuras y expresiones socializadas. Conjuntamente, una representación social es una organización de imágenes y de lenguaje porque recorta y simboliza actos y situaciones que son o se convierten en comunes.

Asimismo, Moscovici (1979) señala que su abordaje no debe ser solamente encarado de manera pasiva, es decir, captada la representación como el reflejo en la conciencia individual o colectiva de un objeto, ideas exteriores a ella, siendo la analogía más precisa la de una fotografía, como la definición óptica de una imagen; sino verla de forma activa debido a que su papel es dar forma a lo que proviene del exterior, como asunto de individuos y de grupos sociales. La reproducción que generan las representaciones implica un entramado de las estructuras, no encontramos una distinción entre objeto y sujeto, el objeto está inscripto en un contexto activo, concebido parcialmente al menos por la persona o el grupo. Así es como la relación sujeto-objeto determina al objeto mismo, una representación siempre es la representación de algo para alguien. Esta representación genera una reestructuración de la realidad que, a su vez, permite una integración de las características objetivas del objeto, de las

experiencias previas del sujeto y de su sistema de normas y actitudes (Abric, 2001). Abric también considera que la representación no es un reflejo de la realidad, sino una organización significativa, es una visión funcional del mundo que permite al sujeto o al grupo social dar sentido a sus conductas, entendiendo la realidad mediante su propio sistema de referencias y así adaptar y definir un lugar para sí. De alguna manera, la construcción de la imagen mental pasa por un proceso de percepción individual por lo que una realidad que se pudiese creer única puede ser percibida, interpretada y explicada en más de una forma (Pacheco et al., 2012).

Por su parte, Jodelet (1986) plantea que las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, con diferentes grados de complejidad, se refiere a imágenes que contienen un conjunto de significados, sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede y dar sentido a la inesperado; categorías que sirven para clasificar diferentes circunstancias. Es decir, se trata de una forma de conocimiento social, un conocimiento socialmente elaborado y compartido. Es en este sentido que provee de la siguiente definición (Jodelet, 1986: 474-475):

El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social.

Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan

características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

La caracterización social de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás.

La autora también plantea cinco características fundamentales de representación: siempre se trata de la representación de un objeto; tiene un carácter de imagen y la propiedad de poder intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto; es de carácter simbólico y significante; de carácter constructivo y de carácter autónomo y creativo.

Asimismo, Moscovici (en Jodelet, 1986) plantea la existencia de dos procesos principales que explican cómo lo social transforma un conocimiento en representación y cómo esta representación transforma lo social: la objetivización y el anclaje.

En el primer caso, la objetivización puede definirse como una operación formadora de imagen y, a su vez, estructurante. Hace concreto lo abstracto, materializa la palabra. En este proceso la representación permite intercambiar percepción y concepto, dando cuerpo a esquemas conceptuales. Se trata de poner en imágenes nociones abstractas, dando materialidad a las ideas. Este proceso implica tres fases que van desde la *selección y descontextualización de los elementos de la teoría* (apropiación de información por el público que es separada del campo científico al que pertenecen o del grupo de expertos que las concibió, en función de su sistema de valores), *formación de un núcleo*

figurativo (donde una estructura de imagen reproducirá de manera visible una estructura conceptual) hasta *la naturalización* (las figuras, elementos del pensamiento se convierten en elementos de la realidad, referentes para el concepto).

El segundo caso, el anclaje, se refiere al enraizamiento social de la representación y de su objeto, la intervención de lo social que se traduce en el significado y utilidad que le son otorgados. Es así como ya no se trata de la constitución formal de un conocimiento, sino de su inserción orgánica dentro de un pensamiento constituido. Este proceso de anclaje articula las tres funciones básicas de la representación: función cognitiva de integración de la novedad, función de interpretación de la realidad y función de orientación de las conductas y relaciones sociales.

Siguiendo con Jodelet (1986) al proceso de anclaje podemos descomponerlo en varias modalidades:

- Anclaje como asignación de sentido.

Red de significados creada a partir de la jerarquía de valores que se impone en la sociedad y sus diferentes grupos contribuye a crear y desde la cual son situadas socialmente y evaluadas como hecho social. El grupo expresa sus contornos y su identidad a través del sentido que confiere a su representación. Explica los nexos con una cultura o sociedad determinada.

- Anclaje como instrumentalización del saber

Permite comprender cómo los elementos de la representación no solamente expresan relaciones sociales, sino que también contribuyen a constituir las.

- Anclaje y objetivización

Relación entre la cristalización de una representación en torno a un núcleo figurativo y un sistema de interpretación de la realidad y de orientación de los comportamientos.

- Anclaje como enraizamiento en el sistema de pensamiento

La representación no se inscribe sobre una tabla rasa, sino que encuentra algo que ya había sido pensado, latente o manifiesto. El encuentro entre la novedad y el sistema preexistente se halla en el origen de dos órdenes de fenómenos, opuestos de cierta manera, que dan a las representaciones una dualidad a veces sorprendente.

Por último, coincidimos con Duveen y Lloyd (2008) en que estos dos procesos (objetivización y anclaje) son complementarios e interdependientes, debido a que una representación puede tener un anclaje seguro si se encuentra objetivada y viceversa. No obstante, para su análisis se pueden distinguir dos momentos distintos en el proceso de representación social.

En definitiva, representaciones y prácticas son dos series independientes, pero a su vez, articuladas (Mastache, 2008:181):

Las representaciones dicen de las prácticas describiéndolas, justificándolas, dándoles sentido, pero también encubriéndolas, negándolas, denegándolas. La práctica pone en escena, actúa la representación o se defiende de ella. La representación dice de la práctica, pero también del sujeto y del mundo. Y la práctica no solo actúa la representación, actúa también la negación posible y las contradicciones imposibles entre las representaciones de unos y otros, entre representaciones y medios materiales. Las prácticas expresan las representaciones y también su propia lógica.

La representación predispone comportamientos y prácticas, es explicativa de los lazos sociales intervinientes y explica las relaciones entre grupos y hacia dentro de los mismos, constituyéndose en un elemento importante para comprender los comportamientos y las prácticas sociales (Funes Molineri et al., 2009).

2.2 Imaginarios turísticos

Como ya señalamos al comienzo de este capítulo, a partir de la percepción y la cognición captamos, percibimos y nos adueñamos del entorno, relacionándonos con él. Mediante este proceso de percepción y procesamiento mental construimos imágenes mentales de ese entorno (Hiernaux y Lindón, 2012). El imaginario es una construcción social tanto individual como colectiva en constante cambio, *“una suerte de edificio mental que nunca se termina ni se terminará de ampliar o remodelar”* (Hiernaux, 2002:8). Es en este campo de la subjetividad donde se entiende la característica dinámica de la construcción de imágenes que el individuo crea y recrea. Como señala Berdoulay (2012: 49):

Si las representaciones constituyen un conjunto de imágenes producidas por la sociedad, también y al mismo tiempo, son nutridas, elaboradas y reelaboradas en el nivel individual. Así se construye lo imaginario, que se abordará aquí como un conjunto movedido de imágenes movilizadas y modificadas por el sujeto en el curso de su actuar.

De este modo, entendemos el imaginario como un proceso dinámico, en permanente cambio que incorpora nuevas interpretaciones, revisando sucesos, acontecimientos, generando reformulaciones de imaginarios originales.

Claramente, observamos este dinamismo en los imaginarios del turismo, donde a partir de las diferentes fuentes de información sobre un destino, entre otros factores, deconstruimos y volvemos a construir la imagen que de éste teníamos, es decir, que se trata de una construcción mental susceptible de modificaciones. Como señala Hiernaux (2002), el imaginario del turismo es una construcción compleja, subjetiva, donde intervienen impresiones producto de experiencias, información de diferentes fuentes (otras personas, media, promoción, etc.), edificándose sobre construcciones propias de la representación, basadas en la imaginación, fantasías, entre otras. También plantea que el imaginario es el producto de la interacción de idearios que se manifiestan como el resultado de sistemas de valores de una sociedad, idearios que tienden a priorizar como útiles y buenos ciertos ideales societarios que tienden a orientar las acciones de los individuos de esa sociedad. Asimismo, propone cuatro idearios principales que contribuyen a la formación de los imaginarios turísticos del mundo occidental: la conquista de la felicidad, el deseo de evasión, el descubrimiento de lo otro y el regreso a la naturaleza. Brevemente, realizaremos una caracterización de cada ideario siguiendo a Hiernaux (2002):

- La conquista de la felicidad. Nace como una búsqueda de las sociedades occidentales, como eje de la sociedad de consumo, donde el hedonismo se convierte en un valor central en la demanda de la felicidad. Se trata de una tensión que orienta el quehacer de las sociedades y se transmuta en la demanda de vacaciones, ya que éstas significan una pausa en la monotonía de lo cotidiano. Su aplicación práctica se articula con la movilidad, permitiendo el encuentro con un

espacio turístico concreto. Por supuesto, este cumplimiento de la utopía de la “búsqueda de la felicidad” se materializa en mayor o menor grado dependiendo de los recursos del turista.

- El deseo de evasión. Se refiere a otro ideario clave en los imaginarios turísticos. La idea de evasión se construye a partir del concepto de vida rutinaria que fue trabajado por Lefebvre (1946 en Hiernaux, 2002), quien plantea que la cotidianeidad está compuesta por actos repetitivos que llevan a la alineación. En el marco del capitalismo moderno, la vida cotidiana se acepta en la medida que sea compensada por situaciones de confort elevadas, que permiten nutrir el consumismo. Es así que el deseo de evasión se materializará en la medida que, por un lado, se acentúe el tedio y, por el otro, se pueda huir de esa cotidianeidad. Esto, sumado a la conquista social de disponer de tiempo de vacaciones y con los recursos para lograrlo permite llegar a este ideario.
- El descubrimiento del otro. El acceso a las movilidades espaciales permitió la realización de conocer la alteridad que se manifestaba en diferentes lugares a través de distintas formas de comunicación. El ideario de descubrir lo diferente está fuertemente anclado en la mente de los turistas. Este ideario no debe ser concebido en función únicamente de lo distante, sino que también involucra el re-descubrimiento de lo próximo que se ha vuelto “otro” por no conocerlo.
- El regreso a la naturaleza. En gran medida, el envilecimiento de los centros urbanos a partir de la industrialización de la segunda mitad del siglo XIX, provocó el ideario de una mayor conexión con la naturaleza sobre todo en función de propiedades higienistas. La burguesía, como

clase dominante, instaló como moda la visita a diversos lugares en virtud de su valor terapéutico, práctica que fue emulada por distintos colectivos sociales. Posteriormente, se revaloriza este ideario de regreso a la naturaleza debido a la instalación de una rutina relacionada con alta degradación ambiental, con escasos espacios urbanos no contaminados, comida enlatada, entre otros. De esta manera, se produce una afirmación sobre el ideario de la naturaleza que se manifiesta en la búsqueda de vacaciones en lugares que permitan romper con esa cotidianidad, buscando la “simpleza” que ofrece la naturaleza.

Consideramos fundamental intentar comprender los imaginarios turísticos como modeladores, en parte, de las prácticas turísticas. A partir de las subjetividades individuales y colectivas de las sociedades se construyen prácticas turísticas, es en función de las experiencias turísticas que se generan fuentes de información (fotografías, filmaciones, diarios de viaje, blogs en Internet, publicidades, etc.) que refuerzan los imaginarios ya existentes, pero que también tienen la capacidad de modificarlos, deconstruirlos y reconstruirlos.

2.3 Paisaje y la construcción de la atraktividad

Cuando tomamos en consideración la importancia del espacio turístico, no lo vemos únicamente como el espacio donde el turismo acontece, sino atendiendo a una dimensión de materialidad que penetra en las prácticas sociales en virtud de ciertas características específicas de dinámicas no-sociales como la naturaleza. De este modo, se generan redes relacionales de actores que conforman ese espacio turístico que, como habíamos definido

previamente, se trata del todo, del espacio abstracto y que involucra una serie de procesos sociales que lo convierten en turístico.

El espacio es resignificado y, en consecuencia, comienza a integrar una dinámica turística que contempla tanto las dimensiones de la materialidad como la de las representaciones, proceso donde se construye capital social.

En este contexto, nos preguntamos qué lugares y procesos formativos del lugar, generan y sostienen un deseo significativo para su visita, cuáles son los atributos del paisaje y cómo podemos teorizar e interpretar esas condiciones. Es así que partimos de la idea que se trata de lugares dinámicos, cambiantes en relación con las transformaciones de la sociedad, lugares de complejidad (Cartier, 2005).

Los atractivos turísticos no van a ser definidos únicamente por una serie de atributos intrínsecos que los cualifican, sino que nos vamos a encontrar frente a procesos sociales que llevan a que ciertas características de esos lugares los conviertan en turísticos, mediante una asignación social que se produce como resultado de un proceso donde se inscriben ciertas tensiones.

Es así como la decisión sobre qué bienes pueden ser atractivos turísticos va a depender de una asignación de valores particulares, pero que de ninguna manera son casuales. Estos valores surgen de las sociedades y, por lo tanto, se inscriben en una cultura, que entendemos como cosmogonía -visión del mundo-, es decir, como el conjunto de respuestas a las preguntas fundamentales de los seres humanos y ética -conjunto de normas que reglan las relaciones entre los individuos del grupo y entre éste y su base material de recursos o medio ambiente-. A partir del capital cognitivo colectivo la cultura instituye reglas que organizan una sociedad y gobiernan los comportamientos

individuales, se produce de esta manera un movimiento recursivo donde cultura y sociedad sostienen una relación generadora mutua, en cuya relación las interacciones entre individuos, regeneran a la sociedad, la cual regenera a la cultura (Morín 1998).

De este modo, se complejiza la visión sobre la valoración turística del territorio mediante diferentes miradas que son externas e internas. En este primer paso, reconocemos entonces actores endógenos, que participan en la toma de decisiones en el espacio de destino y actores exógenos que promueven miradas y que generan expectativas en función de su propia historia cultural y social.

En este sentido, tomar la consideración de Prats (2005) sobre la “sacralización de la externalidad cultural”, nos permite entender los bienes naturales y culturales como un sistema de representación, como conjunto de símbolos sagrados, que condensan y encarnan emotivamente unos valores y una visión del mundo. Este sistema de representación que aparece con el desarrollo del capitalismo y la revolución industrial, provoca una especial valoración por aquellos referentes que evocan condiciones excepcionales de la naturaleza y del pasado. Las prácticas turísticas se van a apropiarse de estas necesidades de las sociedades por conocer estos referentes singulares, provocando también su activación y promoviendo su conocimiento y difusión.

En la escala local, podemos partir del supuesto que cada territorio tiene un conjunto de recursos de distinta índole que representan su potencial de desarrollo que, a su vez se visualizan a través de la estructura productiva, el mercado de trabajo, la capacidad empresarial y el conocimiento tecnológico, las infraestructuras de soporte y acogida, el sistema institucional y político, y su

patrimonio histórico y cultural. Teniendo en cuenta los aspectos señalados, cada territorio se encontraría con capacidades para articular sus procesos endógenos y propiciar la interacción de los distintos actores sociales, dando lugar a resultados muy diferentes que generan una gran variedad de situaciones, proyectos y procesos económicos, sociales y políticos (Boisier, 1997; Vázquez Barquero, 2005). En este sentido, es imprescindible la actuación concertada de los diferentes actores que gestionan los recursos propios de ese territorio y a su vez aprovechan las externalidades para propender al desarrollo turístico.

Entendemos, entonces, que existe una dimensión política de la cual se depende para lograr la activación patrimonial. No obstante, se plantea a su vez, la necesidad de una negociación entre los poderes políticos, económicos, académicos, y la sociedad. La sociedad contribuye a partir de cierta jerarquización en función de elementos identitarios. Aunque imbuidos de un fundamento técnico, toda activación va a comportar un discurso político con sus intencionalidades más o menos manifiestas. Los distintos intereses van a competir por la obtención de reconocimiento, recursos económicos, etc. (Prats, 2005). Por su parte, desde el turismo el discurso se fundamenta en la promoción del desarrollo a partir de los flujos que se desplazan motivados por esa presencia de atractivos, generando beneficios económicos para las comunidades receptoras.

Respondiendo a la aparición en la sociedad moderna del ecologismo como práctica política que revisa críticamente las prácticas sociales que se llevan adelante, desde el turismo comienzan a desarrollarse nuevos modelos de comercialización focalizados hacia destinos turísticos que cuentan con

importantes áreas naturales y se instala un nuevo discurso hegemónico sobre criterios sostenibles del uso de los recursos que pretende reivindicar estas prácticas.

En este marco, surgen distintas modalidades de turismo de naturaleza, donde el ecoturismo se constituye en una de las alternativas de uso de los recursos, minimizando riesgos de uso, respondiendo a nuevos esquemas de pensamiento (a través de una especial mirada “filosófica” hacia la naturaleza). Es así como los recursos turísticos potenciales de un territorio son activados socialmente, convirtiéndose en recurso económico. Sin embargo, es preciso señalar que la valoración de los recursos puede cambiar, como así también los centros de interés y los focos de atracción.

De todos los componentes del espacio geográfico sólo algunos de ellos se consolidan como factores de atracción turística o atractivos turísticos. Siguiendo la idea de Antón Clavé (1996) cabe destacar algunos componentes del entorno a partir de la diferenciación, tales como: paisajes -como resultados de su dinámica natural y acción antrópica-, monumentos -museos, edificios históricos, etc.-, y símbolos -aspectos vinculados a las representaciones y al imaginario. Si bien hay ciertos componentes que son cuantificables, hay otros que no lo son fácilmente. En este caso nos estamos refiriendo a componentes que tienen que ver con la calidad paisajística, la estabilidad de un ecosistema, los recursos educativos del medio, entre otros, cuya valoración puede estar dada a partir de los siguientes criterios: vulnerabilidad de los recursos; criterios ecológicos, culturales y científico-educativos, y criterios subjetivos para valorar el paisaje. Según González Bernáldez (en: Ortega Domínguez y Rodríguez Muñoz, 1997:10):

[...] la mayoría de las personas se sienten atraídas por paisajes que combinan elementos de un ambiente no controlado, impredecible, misterioso..., junto con elementos de un ambiente controlado, predecible, domesticado.

De este modo, el paisaje como construcción intelectual representa la respuesta a la percepción de una totalidad que resulta de la combinación e interacción de diversos componentes y de la historia de ese espacio. Su entendimiento se transforma en intuitivo y comprensivo a la vez, en tanto su singularidad hace de éste una entidad irrepetible (Ortega Valcárcel, 2000). Es decir, que los paisajes son conquistas mentales donde convergen distintas miradas:

[...] no vemos prácticamente nunca un paisaje por primera vez, sino como escenario común y heredado, ni tampoco directamente, sino a través de una cultura; no lo vemos aisladamente, sino en un contexto histórico y social (Martínez de Pisón, 1998: 27).

No obstante, intentar conceptualizar el término paisaje siempre ha sido una tarea difícil al tratarse de un concepto impreciso y ambiguo. El paisaje no es únicamente el mundo observable, es una construcción, una composición de ese mundo, es una forma de ver el mundo. Cosgrove (1998) señala que el paisaje representa una manera históricamente específica de experimentar el mundo desarrollado por, y significativo para, ciertos grupos sociales. En este sentido, el autor plantea que se trata de un concepto ideológico que representa una forma en la cual ciertas clases se han significado y han significado su mundo a través de su relación imaginada con la naturaleza a través de la cual

han comunicado su propio rol social y el de otros respecto de la naturaleza externa.

Por su parte, Santos (1996) define al paisaje como la porción de la configuración territorial abarcable visualmente y que existe a través de sus formas, creadas en momentos históricos diferentes, aunque coexisten en el momento actual. Básicamente el paisaje es percepción, lo que se recibe a través de los sentidos, la experiencia desde distintas dimensiones que ponen de manifiesto la posibilidad de percepción de cada persona en función de su historia, su bagaje, su conocimiento, provocando una pluralidad de miradas sobre la misma escena.

El paisaje obtiene un sentido especial en relación con las prácticas turísticas, como imagen referente del destino turístico, motiva los desplazamientos de los flujos como resultado de valoraciones que cada sociedad realiza en función de su cultura. Es decir, que no hay una única mirada del turista, sino que ésta va a variar de acuerdo a la sociedad, el grupo social y el período histórico, miradas que se construyen a través de la diferencia, de la búsqueda de la alteridad. Paisajes con alto valor ecológico o que han mantenido ciertas condiciones de "pristinidad" son, generalmente, valorados por viajeros de sociedades industrializadas, residentes de grandes ciudades o de espacios que han sufrido grandes transformaciones. La mirada del turista presupone un sistema de actividades y de signos sociales que identifican prácticas turísticas particulares, no únicamente debido a ciertos atributos intrínsecos, sino a través de contrastes implícitos dados por prácticas sociales no-turísticas Urry (2004). Es así como la práctica turística ha transformado los paisajes en atractivos (Zusman, 2009), mediante una construcción social que los resignifica.

Existe una preferencia de los turistas por espacios naturales que se refiere a la selección de una actividad que se lleva adelante sobre la base de los recursos ecológicos, sociales y económicos de un lugar, promovida por las relaciones entre ocio y la necesidad de satisfacción psicológica. Además, la preferencia por prácticas más activas se caracteriza por la elección de actividades en un destino remoto, exótico y que cuenta con valores naturales, generalmente, asociada a altos niveles de involucramiento y actividad por parte de los participantes. Se trata de exploradores que buscan en el espacio natural un desafío personal, de percepción y manejo propios (Tran y Ralston, 2006).

Como ya se señalamos, la línea entre las prácticas más convencionales del turismo y las posfordistas no está claramente delimitada, permitiendo la democratización turística de ciertos entornos que se encontraban solamente accesibles para grupos determinados, como por ejemplo la alta montaña, meca para montañistas intrépidos que forman un grupo exclusivo que no requieren de un escenario montado para facilitar esta práctica. Sin embargo, con esta democratización, la alta montaña también es puesta en el mercado de consumo, haciendo de ésta un *commodity* (Beedie y Hudson, 2003).

Por último, Bertoucello (2008) señala que el destino turístico se trata de un lugar relacional cuya existencia deriva de la articulación de sus rasgos o atributos particulares con los intereses y valores definidos en otros, es decir, en tanto haya "otros" que los reconozcan como tales. Es así como se han ido otorgando atributos particulares a la naturaleza, especialmente por visitantes que, al provenir de entornos más industrializados, encuentran en la naturaleza menos intervenida por el hombre, un espacio con poca población, que es escénicamente atractivo o inusual, conteniendo especies autóctonas e

induciendo un estado emocional de la mente en el que el visitante puede sentirse en armonía con la naturaleza, liberado de la civilización e inspirado.

2.4 Los valores estéticos del paisaje

Vinculada con las prácticas más recientes de turismo en espacios naturales, surge una nueva forma de consumir espacios donde la naturaleza “prístina o salvaje” brinda el marco necesario para desarrollar actividades, donde diversas prácticas de “turismo de naturaleza” comienzan a ser relevantes.

Los valores asignados a la naturaleza son representados por Godfrey-Smith de acuerdo a valores de tipo instrumental y a valores intrínsecos. En relación con el primer tipo, se refiere a una serie de recursos que la humanidad puede utilizar para obtener sus objetivos específicos, desde una mirada antropocéntrica. En el segundo caso se trata de una ética de la naturaleza, donde las entidades no humanas tienen el mismo valor que la especie humana, es decir, de tipo ecocéntrica. Asimismo, el autor sostiene que existen cuatro categorías vinculadas a las justificaciones que realiza el hombre en función de su relación con estos valores asignados a la naturaleza. La primera categoría refiere a las “estéticas o espirituales”, donde la naturaleza es valorada por su capacidad de generar una renovación espiritual y un gozo estético. La segunda se relaciona con las “biológicas”, desde esta perspectiva se asigna a la naturaleza un valor en tanto diversidad genética. La tercera agrupa las “científicas”, es decir, por las posibilidades que ofrece para la investigación científica. Por último, la cuarta categoría engloba las razones “atléticas”, donde la naturaleza ofrece opciones para el turismo y las actividades de tipo recreativas (Godfrey-Smith, 1980 en: Wearing y Neil, 2000).

Los lugares procedentes de la naturaleza virgen, indómita se oponen a la naturaleza domesticada, producto del desarrollo de una sociedad postindustrial. Es así como nos encontramos ante la búsqueda de espacios excepcionales que simbolicen la alteridad, en clara oposición a lo ya conocido y experimentado como así también lo auténtico.

En este sentido, entender la naturaleza como atractivo turístico nos lleva a pensar en una nueva relación que se inicia de cierta manera en la modernidad entre naturaleza y sociedad, es decir, ¿cómo se piensa la naturaleza y cómo se recurre a ella?

El orden moderno construye una nueva relación entre la sociedad y la naturaleza, presentando la mirada dual donde se encuentran el utilitarismo y el idealismo.

Por un lado, ante una visión utilitaria de la naturaleza, a través de la ciencia y de la técnica se accede a un mayor conocimiento y, en consecuencia, se ejerce un control más eficiente sobre sus recursos. Es así como la naturaleza es objeto del trabajo humano y como tal sostiene las actividades productivas. En este marco, el turismo encuentra en las cualidades naturales una posibilidad de satisfacer las necesidades de disfrute. Esta visión utilitaria lleva implícita una idea de progreso asociada a la naturaleza, que refuerza el esquema de pensamiento del Iluminismo.

Por otra parte, la relación entre turismo y naturaleza desde una visión idealista se entiende, particularmente, desde la idea de pristinidad o desde una valoración estética que destaca ideales de pureza, donde el hombre no ha prácticamente intervenido, de algún modo se establece la dicotomía de mirada terrenal *versus* espiritual.

La visión idealista va en contra de la utilitarista (progreso). Centrándonos en la perspectiva del idealismo y de la naturaleza como valor sublime, cuyo uso material únicamente la denigra, observamos que la idea de belleza y de lo sublime fueron ya abordadas en el siglo XVIII por Burke (2010 [1757]) y por Kant (2003 [1876]) como componentes de un sistema de estética. En el año 1750 Baumgarten se refiere a la estética, definida como percepción tanto desde los sentidos como la percepción de lo bello (en: Summerson y Bishop, 2011). Para Burke y Kant lo bello siempre es pequeño, con formas redondeadas y suaves, se refiere a aquello que podemos someter, en cambio lo sublime implica objetos grandes y rugosos, oscuros de superficies escarpadas y a los cuales nos entregamos desde la admiración. Burke (2010 [1757]) plantea que la inclinación por lo sublime lo proporciona el temor que ocasionan estas formas mediado por una sensación de seguridad y también por la emoción. Asimismo, dota de un valor extraordinario al poder que provoca lo sublime:

[...] surge el gran poder de lo sublime, que [...] anticipa nuestro razonamiento y nos apura con una fuerza irresistible. La sorpresa [...] es el efecto de lo sublime en su grado más alto, los efectos inferiores son la admiración, la reverencia y el respeto¹.

Para ambos autores, Kant y Burke, el rasgo más importante de lo sublime se refiere a los sentimientos que provoca desde el temor, como poder arrollador o

¹ Traducido del texto en inglés: [...] arises the great power of the sublime, that [...] anticipates our reasoning, and hurries us on by an irresistible force. Astonishment [...] is the effect of the sublime at its highest degree; the inferior effects are admiration, reverence and respect. (Burke, 2010 [1757]). Sin paginación en la versión electrónica del libro.

abrumador, en tanto que la belleza es entendida desde la idea del placer que genera.

Los conceptos de bello y sublime y, posteriormente, pintoresco, asignados a la naturaleza fueron discutidos y revisados a la luz de distintos momentos históricos. El romanticismo impuso la apreciación por el paisaje y la naturaleza en el centro del interés cultural de la Europa del siglo XIX, desde distintas ramas del arte, transformándose en un indicador de la sensibilidad educada de las clases medias. (Cosgrove, 1998). También se incorporó el conocimiento científico en la apreciación estética (Hettinger, 2005), así como la “ecología estética”, que involucra la valorización estética de la naturaleza en su propia razón de ser, aun cuando ésta sea “no-escénica” (Saito, 1998).

Al referirnos a la estética de la naturaleza debemos tener en consideración las distintas valoraciones, preferencias y gustos por el paisaje ya que estos valores van a estar mediados por la sensibilidad personal, la influencia de los medios de comunicación o la época histórica (Nogué i Font, 1992).

En la actualidad, prácticas turísticas vinculadas a espacios de alto valor ecológico y ambiental, en localizaciones remotas, reproducen el esquema de los viajeros románticos de fines del siglo XIX, identificándose en esa forma de “leer” el paisaje, especialmente descrito en las relaciones de viaje de viajeros y exploradores. Al respecto, se puede observar que varios programas de viaje de Patagonia, Tierra del Fuego y Antártida siguen derroteros en función de los escritos más relevantes en términos de descripciones que destacan los valores relacionados con la naturaleza prístina y salvaje, definida en inglés por el término *wilderness*². Este concepto, que tiene su origen en la palabra bíblica

² Definición del Diccionario Collins: desierto, tierra virgen.

que describe regiones desoladas con connotaciones siniestras “*will-of-the-land*³”, ha sido resignificado aplicándose a extensiones de tierra que tienen una máxima integridad natural, adquiriendo también matices relacionados con las ideas románticas, cierto elitismo ecológico e, inclusive, imperialismo ambiental. (Summerson y Bishop, 2011). Para muchos norteamericanos, *wilderness* sigue representando los últimos refugios donde el hombre aún no ha intervenido, como el único lugar donde podemos escapar para el encuentro con uno mismo y el alejamiento del mundo civilizado (Cronon, 1995).

La idea de naturaleza salvaje o *wilderness* adquirió mayor notoriedad desde aportes de naturalistas conocidos como precursores de la corriente preservacionista en Estados Unidos: Thoreau, Muir, Marsh y Leopold. Esta corriente puede ser definida como la reverencia a la naturaleza en el sentido de apreciación estética y espiritual del *wilderness*, pretendiendo proteger la naturaleza contra el desarrollo moderno, industrial y urbano (Diegues, 2000).

Entornos que representan lo remoto, lo prístino, ocupan un lugar importante en las nuevas demandas turísticas. Es así como viajes a los polos y expediciones a la alta montaña representan la esencia de un paisaje extraordinario. A modo de ejemplo, nos referimos a un estudio (Vereda, 2008b) realizado a visitantes antárticos donde las expectativas de los visitantes se vinculan con vivir una experiencia singular en relación con un espacio aún no intervenido por el hombre, en varios casos refiriéndose al término “pristinidad”. En otros trabajos (Vereda, 2010; 2016) que abordan la mirada de los visitantes sobre el paisaje antártico, predomina la idea de “temor reverencial”, término que adquirió notoriedad durante el siglo XVII para definir sensaciones vinculadas a los

³ Voluntad de la tierra (traducción de la autora).

grandes elementos del cosmos como montañas, desiertos, océanos (González Bernáldez, 1981) y que en la actualidad utilizan los viajeros modernos para expresar sus sentimientos hacia un espacio que los asombra y cautiva.

2.5 La construcción del paisaje desde el lenguaje: el círculo de la representación

En turismo, los folletos se han transformado en la forma más efectiva de comunicar los valores del paisaje con el objeto de promover destinos turísticos para su visita. De acuerdo a la clasificación provista por Calvi (2010), los folletos deben enmarcarse como un macro género, categoría que define productos tangibles, identificables por el emisor y el canal utilizado, así como también por un propósito dominante, sin embargo, caracterizados por la hibridación de géneros diversos, tipologías textuales, estilos, entre otros. A su vez, afirma que los macro géneros son combinaciones de géneros con un resultado final con valor propio, ya que las guías turísticas, los folletos, las páginas *web* contienen componentes similares, pero sus objetivos y estilos son distintos. En el caso de los folletos se destaca su carácter promocional, utilizando formas ponderativas con un grado más alto de involucramiento del destinatario. En este contexto Calvi (2010) caracteriza a los folletos como publicaciones de distribución gratuita, como cuadernillo o catálogo desplegable que combina descripciones del destino con información práctica y elementos gráficos, haciendo uso de lenguaje del campo de la publicidad.

Por su parte, Molina y Águeda (2006:1041) definen el folleto como una forma de material promocional impreso designado para comunicarse con turistas reales o potenciales. Asimismo, señalan que el negocio del turismo recurre a

los folletos de manera tal de inducir la formación de una imagen, influenciando la percepción del turista potencial, siendo una fuerte y confiable herramienta antes del viaje. Febas Borra (1978) considera el folleto como un lugar privilegiado de expresión y materialización del lenguaje turístico.

Actualmente, la multimodalidad es entendida como la característica principal de los folletos, implicando diferentes formas de aproximación al turista potencial.

Para Francesconi (2014:6):

La multimodalidad cumple una pluralidad de funciones semióticas, cognitivas y emocionales: captura la atención del lector y genera una forma positiva y agradable de actitud psicológica; ayuda a la concentración, presenta énfasis y, en consecuencia, deja una huella duradera⁴.

Francesconi (2014) también se refiere a la intangibilidad del producto turístico y, en este sentido, la necesidad de representar el lugar a través de materiales promocionales para crear una ilusión de realidad y realización de la misma. Desde la perspectiva de la promoción existe una necesidad de utilizar imágenes mentales para llamar la atención del turista potencial como una estrategia de marketing, de hecho, un producto está determinado por valores centrales (Francesconi, 2011).

El lenguaje específico utilizado en turismo transmite mensajes atemporales, mágicos, eufóricos y tautológicos, que contienen expectativas y experiencias de turistas, operando de una manera circular (Dann en Jafari, 2000). Al respecto, Jenkins (2003) plantea la existencia de un círculo de representación

⁴ Traducido del original por la autora.

donde los turistas tienden a reproducir aquellas imágenes que se transformaron icónicas de ciertos destinos turísticos; cuando las imágenes adquieren el status de icónicas, éstas son emitidas de formas diferentes por los medios de comunicación y una vez que son publicados, alcanzan a los individuos, inspirando viajes y luego, regresan a las comunidades externas, recomenzando el círculo.

Esta idea del círculo de representación es útil para explicar el comportamiento del turista, en el caso de las imágenes visuales que los turistas fotografían son generalmente elegidas en el destino y reproducidas desde la perspectiva de imágenes ya vistas en los folletos, postales, fotografías personales, entre otros. Por consiguiente, aparece un 'círculo hermenéutico' donde las imágenes son localizadas y recapturadas, y las imágenes resultantes mostradas en los círculos íntimos para exhibir la versión de las imágenes que originalmente tenían antes de la partida (Jenkins, 2003; Urry, 2004). Además de la fotografía, es posible sumar en la misma noción la redacción de "travel logs" (registro o diario de viaje), muy comunes entre los visitantes antárticos, donde se señala lo realizado día por día, utilizando términos y fotografías que muy fácilmente se identifican en los folletos.

CAPÍTULO 3: LA EXPERIENCIA TURÍSTICA

3.1 La naturaleza de la experiencia turística

Diversos estudios han abordado la idea de “experiencia”, especialmente desde la corriente humanista en geografía (Buttimer, 1976; 2015; Tuán, 2007; 2008a), entendiendo el mundo como el “mundo de la vida” (*life world*), es decir, la suma de los involucramientos de primera mano de la persona con el mundo en el que generalmente reside. Buttimer (1976) plantea que la experiencia consciente trata de explicar el significado y la significancia de dicha experiencia en el mundo o ambiente en que la conciencia es revelada, lo que le interesa es el espacio constituido por el mosaico de lugares marcados por la impronta de la intención humana, de sus valores y de su memoria.

De acuerdo a Tuán (2008a) la experiencia es un término que cubre los varios modos en que una persona conoce y construye una realidad. Estos modos varían desde los sentidos del olfato, gusto y tacto hasta la activa percepción visual y las formas indirectas de simbolismo. También, alerta sobre las dimensiones estéticas y emocionales de los lugares, aunque advierte sobre la evaluación que realiza el visitante, que es esencialmente estética. En este sentido, es necesario atender la importancia asignada al lugar como clave en la experiencia.

Cuando atendemos particularmente al estudio de la experiencia turística nos encontramos con análisis fundados en perspectivas tanto fenomenológicas como estructurales dentro del contexto socio-cultural. Las primeras referencias corresponden a Boorstin (1964 en: Sharpley y Stone, 2011) quien critica al turista moderno por las experiencias superficiales que busca, por haber perdido el “arte de viajar”, se refiere al “descenso del viajero y al aumento del turista”:

El viajero estaba trabajando en algo; el turista es un buscador de placer. El viajero era activo; iba enérgicamente en busca de la gente, de la aventura, de la experiencia. El turista es pasivo, espera que cosas interesantes le sucedan... espera que todo le sea hecho a él y para él. (en: Sharpley y Stone, 2011: 5).

En contraposición, MacCannell (1973; 2003 [1976]) propone que el turista persigue la “autenticidad”, a través de la búsqueda de vistas de lugares espontáneas, transparentes y profundas como eje de las conductas turísticas, como trataremos más adelante.

En tanto MacCannell se refiere a la experiencia turística como una búsqueda de autenticidad, Cohen (1979) la define como una búsqueda del centro, comparándola con una experiencia religiosa, como resultado de una peregrinación, donde la búsqueda del turista se centra en aspectos intangibles y más gratificantes que el viaje *per se*, que simplemente haber estado ahí (Mannell e Iso Ahola, 1987), el significado de la experiencia deriva de la visión del mundo de la persona. El “centro” se refiere al centro espiritual de la persona, que simboliza el máximo significado para el individuo. Boorstin como MacCannell, a pesar de las diferencias planteadas, proponen la idea de la experiencia como común para todos los turistas, es Cohen quien indica que los turistas requieren de distintas experiencias, en función de sus sociedades de pertenencia (Li, 2000). A su vez, Urry (2004) y Wang (1999) califican la aproximación de MacCannell como concepto simplista argumentando que la experiencia de autenticidad se deteriora ya sea por la comodificación de la cultura como así también por la presencia de otros turistas, alterando

inevitablemente la dinámica social que rodean la puesta en escena (Williams y Lew, 2015).

Por otra parte, Czikszentmihalyi (1975) fue quien primero estudió la experiencia en el marco del ocio y luego lo trabajó en su obra "*Flow: The Psychology of Optimal Experience*" (1990). La idea de "*flow*" (flujo) la definió como el estado de experiencia óptima que las personas expresan cuando están intensamente implicadas en lo que están desarrollando. Señala que la felicidad no es un estado fijo sino que se puede desarrollar en tanto aprendemos a lograr el *flow* en nuestras vidas. El aspecto central es el control, en un estado de *flow*, ejercitamos el control sobre los contenidos de nuestra conciencia más que permitimos estar pasivamente determinados por fuerzas externas. Se trata de un estado mental, de una sensación de llevar adelante una actividad que envuelve al individuo de manera tal que todo lo demás no importa (Czikszentmihalyi, 1990; 1998). Asimismo, caracteriza el estado de *flow* como actividad desafiante y que requiere de habilidades físicas y psíquicas, de atención y toma de conciencia e implica una completa concentración, se produce una pérdida de autoconciencia, una evasión del mundo, se transforma la percepción del tiempo y es una experiencia autotélica, con fin en sí mismo y realizada por pura motivación intrínseca (Águila Soto, 2007).

Sharpley y Stone (2011) proponen diferenciar la experiencia turística entre la experiencia "commodity", derivada de la prestación de los servicios que se cumplen en función de una necesidad inmediata y que brindan beneficios o satisfacción en el corto plazo, de la experiencia de ser un turista, que resulta no únicamente de la combinación de experiencias provistas, sino también del significado dado por el turista en relación con su existencia socio-cultural, en

general considerada la experiencia de la diferencia, de la novedad o del “Otro”, que a su vez se encuentra mediada por las características del destino.

Uriely (2005) analiza las conceptualizaciones teóricas de la experiencia turística, incorporando modos de análisis postmodernos. Es así que propone cuatro abordajes, en los dos primeros considera las prácticas de deconstrucción desde la diferenciación y la pluralización de la experiencia turística, las que se focalizan en la diferenciación de la experiencia respecto de la vida cotidiana y enfatiza su naturaleza plural. El tercer abordaje involucra la atención creciente dada al rol de la subjetividad en la constitución de la experiencia turística en tanto que el cuarto se relaciona con el cambio hacia un compromiso académico discursivo donde la experiencia turística es definida en términos de verdades relativas más que absolutas.

En relación con la idea de diferenciación, Sharpley y Stone (2011) definen la experiencia turística como la que resulta no solo de la combinación de experiencias provistas, sino también del significado dado por el turista en relación con su existencia socio-cultural, en general considerada la experiencia de la diferenciación, la novedad o “el otro”.

Presentamos una síntesis sobre distintas aproximaciones en relación con la experiencia turística, ver tabla 3.1.

Aproximación	Descripción
Involucramiento	Se refiere al grado de involucramiento del turista, cuando implica una superación. El viaje significa una extensión de los intereses y no escapes de la vida cotidiana. Los significados del viaje son más importantes para los turistas que las ocupaciones que realizan diariamente. (Ryan, 2011).
Imagen de destino	Los destinos se visualizan como oportunidades para cumplir deseos percibidos y, en consecuencia, no se trata simplemente de espacios físicos sino de espacios con significado construido

Aproximación	Descripción
	(Baloglu y McCleary, 1999; Bigné y Sánchez, 2001; San Martín, 2005).
Liminalidad	El turista es percibido en un proceso de transición de lo ordinario a lo extraordinario y nuevamente a lo ordinario. Turner (1969, 1974 y 1982) ha descrito las etapas marcadas por diferentes formalidades, ceremonias y roles.
Mirada del turista	El deseo del turista de sentirse impresionado visualmente, en el marco de la cámara de fotos, demostrando cómo el negocio del turismo dirige la mirada del turista. (Urry, 2004).
Búsqueda de la autenticidad	Se aborda la necesidad del turista por revelar y conocer qué se encuentra detrás de la escena. Particularmente MacCannell (1999) ha trabajado sobre este tema.
Consumismo	En este caso se observa al turista como recolector de experiencias, independientemente de la autenticidad del lugar, se valora la satisfacción de experiencias al encontrarse no solamente cumplidas las necesidades sino también los deseos y fantasías, cuya provisión es bien brindada por el negocio del turismo (Ryan, 2011).
"Inconsciencia"	Se basa en la idea que muchas de las acciones habituales que desarrollamos mientras estamos de viaje distan de ser "memorables", llevándolas a cabo de manera mecánica (Ryan, 2011).
Fluidez	Se fundamentan en el constructo que la fluidez y las experiencias satisfactorias existen cuando las habilidades del individuo son iguales al nivel de desafío. Si la tarea es demasiado difícil aparece la frustración y si se da el caso contrario prevalece el aburrimiento (Czikszentmihalyi, 1990).

Tabla 3.1 Aproximaciones sobre la experiencia turística. Fuente: elaboración propia a partir de una síntesis de Ryan, 2011.

Asumiendo que los turistas persiguen diferentes modos de experiencia en función de las distintas miradas sobre el mundo que tengan, abarcando un rango de motivaciones características de la esfera del placer hasta la búsqueda de significado y autenticidad, distintiva de la esfera de la religión, Cohen (1979)

propone una tipología de modos de la experiencia turística, en función de los diferentes modos de ver el mundo que tiene el turista y que son el eje de los diferentes modos de las experiencias turísticas:

- recreativo
- de distracción
- experiencial
- experimental
- existencial

En relación con estos modos, Cohen manifiesta que a mayor profundidad en el tipo de experiencia, mayor dificultad para alcanzarlo. En este sentido, plantea que el modo de distracción es el más sencillo de lograr ya que cualquier clase de entretenimiento es suficiente si la experiencia ha sido placentera. El modo recreacional demanda que la experiencia represente una función restaurativa para el individuo. Debido a que el turista en estos dos modos no requiere de autenticidad, la experiencia no puede ser falsificada. En cambio, la situación es completamente diferente para los turistas que viajan con el objeto de desarrollar los otros modos, donde la necesidad de la autenticidad es absolutamente relevante.

3.2 Búsqueda de autenticidad y aprendizaje

La discusión sobre la búsqueda de autenticidad de los turistas, como ya se señaló precedentemente, encuentra dos posturas bien contradictorias, aquella de Boorstin (1964) en un extremo del continuo y la de MacCannell (1973; 2003 [1976]) en el otro extremo, por su parte Cohen (2004) reconoce la validez de las contribuciones de ambos, pero observa la necesidad de no generalizar

estas posturas, entendiendo que diferentes personas van a desear distintos modos de experiencia ya que no existe un único tipo de turista (como desarrollaremos más adelante).

Nos resulta interesante atender a la propuesta de MacCannell cuando señala que el comportamiento del turista se encuentra de alguna manera determinado por la búsqueda de concretar experiencias auténticas como un antídoto a las características superficiales de la vida moderna (MacCannell, 2003 [1976]; Williams y Lew, 2015). MacCannell se basa en un desarrollo en la idea de frente y/o fachada (*front*) y parte trasera y/o trastienda (*back*) para señalar las diferencias entre el mundo real (*back*) y aquello que acontece como decorado o preparado para ver (*front*)¹. Si bien el turista busca vivir la experiencia del *back*, generalmente es confrontado con versiones “decoradas” de la autenticidad que son presentadas en el *front*.

Esta aproximación se ha desarrollado considerando especialmente las diferencias culturales entre el turista y el anfitrión, no obstante, entendemos que la búsqueda de autenticidad también se manifiesta en relación con la naturaleza, es decir, la posibilidad de obtener una experiencia auténtica a partir del encuentro con paisajes de alta calidad ambiental, sin o con poca intervención humana.

MacCannell (2003 [1976]) y Graburn (1983) definen al turismo como un ritual moderno, donde las personas escapan de todo, es decir, de vida mundana y rutinaria, incluyendo el hogar, el lugar de trabajo y las tareas domésticas,

¹ MacCannell se basó en esta idea que ha sido desarrollada por Goffman en relación con los espacios sociales, donde en el “*front*” se actúan los encuentros entre el anfitrión y el huésped en tanto en el “*back*” se dan las relaciones normales y cotidianas entre la gente del lugar sin que éste sea accesible para el huésped. (Williams y Lew, 2015).

proponiendo experimentar el cambio en un lugar fuera de estos lugares ordinarios. Siguiendo esta idea, Graburn (1983), Ryan (1997), Turner y Turner (1978) y más adelante Pearce (2010), reconocen tres estados: un estado regular, también llamado “profano” y que se refiere a la vida cotidiana del individuo y a su hogar, luego un estado “liminoide²” o de umbral donde el turista ingresa en una fase de transición, de vida anormal, que no siempre se llega a comprender, generalmente un estado confuso. Esta fase normalmente es entendida como una sagrada o espiritual en la que se expanden las posibilidades de vida y la existencia. Por último, se encuentra la fase *post-liminoid* que define el retorno a lo ordinario o al estado profano.

De esta manera, en la literatura sobre experiencia turística se identifican distintas etapas, básicamente se reconocen tres, que coinciden con las fases mencionadas en el párrafo precedente: etapa *a priori*, una etapa *in situ* y una tercera etapa *a posteriori* del viaje. Otros autores (Clawson y Kneth, 1966) identificaron cinco etapas: anticipación al viaje, experiencia *in situ*, viaje de regreso y de recuerdo. Al respecto, las tres primeras etapas se caracterizan por la alegría creciente y el beneficio ganado a medida que se materializa el viaje, luego deviene una caída en la satisfacción en el momento de regreso al hogar y, por último, una recuperación importante de los beneficios durante la fase de recuerdo. A su vez, Borrie y Roggenbuck (2001) reconocen varias etapas dentro de la fase *in situ*, definiendo la experiencia en la naturaleza salvaje (*wilderness*) como dinámica, emergente y multietápica. Señalan que se trata de

² Debe hacerse una distinción entre los términos “liminal” y “liminoide” según la propuesta de Turner (en Graburn, 1983). *Liminoide* se restringe a la acción de participar en la transición en tanto que liminal implica imbuirse en la fase de transición, como en una ceremonia matrimonial (Pearce, 2015).

estados mentales que pueden incluir varios tipos de emociones positivas, significados personales asociados al desafío del ambiente y conocimiento, estos múltiples estados son dinámicos y evolucionan dependiendo, en parte, del contexto.

Particularmente, coincidimos con Borrie y Roggenbuck (2001) en su abordaje sobre la experiencia turística en la naturaleza salvaje (*wilderness*). La definen como la transacción entre la persona y el ambiente, con el centro de atención en el mismo individuo, generándose distintas formas de aproximación, siendo la introspección es una de ellas, ésta se refiere a la concentración del individuo en pensamientos internos, momento en el que se internalizan los componentes de la experiencia, se trata de una instancia de pensamiento reflexivo y de contemplación, el ambiente deja de estar separado del individuo, pasando a ser parte de éste. Otra forma de aproximación es la de aceptación social, entendiendo que la experiencia en la naturaleza es básicamente social, la interacción dada entre individuos puede ser más cercana o distante. La tercera forma se relaciona con la tarea a realizar, donde la actuación del individuo es el rasgo distintivo. Otras aproximaciones se refieren a la concientización ambiental, momento en que se gana una sensación de involucramiento o familiaridad con la naturaleza. Por último, toman en consideración las emociones que ocurre cuando la experiencia se encuentra básicamente influenciada y dominada por fuertes sentimientos y emociones.

Otro componente importante de la experiencia en la naturaleza, la soledad o *solitude*, en realidad, *solitude* representa la posibilidad de lograr la separación o la influencia de otros individuos, Dawson (2004) señala que este término es usualmente utilizado para referirse a un pequeño grupo de personas, a veces

individuos solitarios, quienes recorren o visitan lugares donde se encuentran raras veces con otros, una de sus dimensiones la constituye la privacidad.

En muchos casos la experiencia turística se encuentra vinculada al aprendizaje, especialmente cuando la experiencia resulta altamente satisfactoria. Ryan (2000) señala que existe un proceso de aprendizaje involucrado en turismo muy relacionado con experiencias previas que permiten a los turistas “más viajados” tener una mayor capacidad de disfrutar de experiencias satisfactorias. Walmsley y Jenkins (1992) describen el conocimiento de turistas en un área de visita determinada a través de la construcción de mapas cognitivos, que resultan diferentes en función de las necesidades de quienes los realizan. Nos planteamos en este caso la experiencia como aprendizaje significativo en relación con el resultado del viaje, es decir, como una forma de haber adquirido no solamente nuevos conocimientos sino también de haber logrado una forma distinta de mirar el mundo. Kachel y Jennings (2010) definen el aprendizaje como un proceso acumulativo y que combina la adquisición y construcción de conocimiento dentro de un contexto cultural y social. Coincidimos con Prentice et al. (1998) en que las experiencias turísticas proveen del disfrute de la naturaleza, escape de situaciones estresantes, aprendizaje, compartir valores similares con otros y favorece la creatividad. También, destaca el sentido del *flow* (como ya lo vimos en la propuesta de Csikszentmihalyi, 1990) y lo definen como un estado de compromiso que implica una pérdida de la sensación del paso del tiempo, escasez de inseguridad sobre uno mismo, dominancia de recompensa intrínseca, intensa participación, profunda concentración y transcendencia del sentido de uno mismo.

También nos atrae la reflexión de Foucault sobre la necesidad del cuidado de sí como una práctica de auto-formación del sujeto. Esta práctica involucra “el ejercicio de uno sobre sí mismo mediante el cual se intenta elaborar, transformar y acceder a un cierto modo de ser” (Foucault, 1987:107). La práctica turística puede contribuir significativamente con este cuidado de sí, a través del conocimiento. Una aproximación al auto-conocimiento se genera a partir de diversas experiencias que ofrezcan condiciones superadoras a través de la relación con otros, del distanciamiento de formas de vida rutinaria, la posibilidad de vincularse con paisajes que representen valores excepcionales, etc.

3.3 Motivaciones, formación de expectativas y comportamiento

La motivación es otro de los componentes de la experiencia turística y es la razón del comportamiento. Como ya hemos manifestado, el turismo como práctica social ofrece respuesta a necesidades y valores adquiridos en una sociedad determinada. Una vez que las necesidades y/o valores han sido activados y aplicados a un destino turístico, la motivación generada constituye un parámetro mayor en la generación de expectativas las que, a su vez, determinan la actuación sobre la percepción de productos y servicios como así también de experiencias. En consecuencia, la motivación impacta en el comportamiento y en la satisfacción. La motivación es un concepto que se utiliza para describir fuerzas que actúan sobre o dentro de un organismo para iniciar y dirigir la conducta de éste, también se puede usar este término para explicar y entender las diferencias en la intensidad de la conducta, siendo las conductas más intensas resultado de los más elevados niveles de motivación.

(Palmero, 2008). La motivación ejerce una función autoplástica sobre la conducta ya que modifica al organismo en niveles fisiológicos, motor y mental (Kaufmann y Kaufmann, en Del Acebo Ibañez y Schlüter, 2012).

En su estudio sobre motivaciones turísticas, Gnoth (1997) advierte la importancia de distinguir entre motivos y motivaciones, ya que esta distinción permite una categorización entre la energía que mueve a la gente a actuar (motivos) y permite que esos motivos sean expresados de modo distinto por diferentes individuos, mismos motivos pueden generar comportamientos disímiles en tanto que distintos motivos pueden provocar comportamientos similares. Es decir que se trata de un constructo que representa una fuerza interior inobservable que estimula y suscita una respuesta conductual y proporciona una dirección específica a esa respuesta (Hawkins et al., 2004). Los motivos, como las características personales, determinan la disposición del individuo. La disposición puede ser representada como una “necesidad”, que al aplicarse a una situación particular la persona experimenta una “presión”. Murray (1930 en Gnoth, 1997) define la presión como un estímulo temporal que generalmente aparece como una amenaza de daño o promesa de beneficio al organismo. Los motivos son energizantes genéricos para el comportamiento, aunque impliquen una dirección o un objetivo, solamente las motivaciones incluyen tales objetivos y se refieren a una interacción entre los motivos y las situaciones. Las motivaciones son cognitivas por naturaleza (Gnoth, 1997).

Dann (1981: 205) proporciona una definición de motivación turística señalando que se trata de “un estado mental significativo, que adecuadamente dispone a un actor o grupo de actores a viajar”. No obstante, Iso Ahola (1982) observa que no se abordan con la suficiente profundidad los procesos psicológicos,

asimismo, enfatiza que la motivación es un concepto de la psicología y no de la sociología.

La motivación no puede ser estudiada aisladamente de la satisfacción (Dann, 1981; Iso Ahola, 1982; Correia y Moital, 2009; Del Acebo Ibañez y Schlüter, 2012). Justamente, al referirnos al factor interno que dirige el comportamiento del turista, estamos entendiendo que ese factor interno se equipara con la conciencia de una potencial satisfacción, en una situación futura, ya que los motivos se ven como representaciones cognitivas de estados futuros, jugando un rol central en el modelo estímulo-conocimiento-respuesta del comportamiento humano (Iso Ahola, 1982).

Esa potencial satisfacción se encuentra vinculada a dos fuerzas motivacionales: acercamiento (búsqueda) y evitación (escape)³. Es decir que los turistas perciben la actividad como una potencial productora de satisfacción por dos razones principales: provee de cierta recompensa intrínseca y ayuda a alejarse de la rutina. También Iso Ahola señala que el turismo representa más el caso de escape que el de acercamiento en la mayoría de las situaciones. Sin embargo, entendemos que cuando se trata de destinos excepcionales, la fuerza motivacional que se destaca es la de acercamiento, al menos así lo demuestran estudios sobre la Antártida (Maher, 2010b; Vereda, 2010). Iso Ahola (1982) continúa con el desarrollo de este modelo de carácter dialéctico, donde la concientización de la satisfacción potencial de ser turista lo provee de energía para decidir su destino de viaje. Cuando el sentimiento de satisfacción potencial ya se encuentra desarrollado, las dos fuerzas motivacionales devienen en el comportamiento turístico, influyendo a su vez en el turista. Estas

³ Iso Ahola (1982: 258) se refiere a estos términos en inglés: *approach (seeking)* y *avoidance (escape)*.

fuerzas son descritas como el deseo de alejarse de la rutina y el deseo de obtener satisfacciones a través de un viaje.

Otra teoría muy utilizada en turismo es la basada en la jerarquía de las necesidades de Maslow (1991), dentro de la satisfacción de las necesidades individuales. En la jerarquía las necesidades se ubican de la siguiente manera, desde el nivel más bajo al más alto: fisiológicas, seguridad, pertenencia y amor, estima, realización personal. La realización personal del individuo se valora como el nivel al que el sujeto debería aspirar, si no se satisface ninguna de las necesidades de la jerarquía, entonces las necesidades primarias dominan el comportamiento. Sin embargo, si éstas se satisfacen ya no quedarían como fuente principal de motivación y las acciones del individuo se verían impulsadas por las necesidades ubicadas en el nivel inmediatamente superior de la jerarquía.

Basado en la teoría de Maslow, Pearce (1988 en Pearce, 2010) desarrolló el modelo denominado "*Travel Career Ladder*" (TCL) utilizando una escala de cinco niveles de motivaciones basados en la necesidad de relax, seguridad, relaciones sociales, autoestima y autorrealización. Gnoth (1997) señala que el modelo TCL excluye cualquier consideración específica sobre contenidos emocionales en las motivaciones. Asimismo, indica que los valores son los constructos más abstractos en la organización de los principios del comportamiento, son dominantes cognitivos o dominantes emocionales. En el primer caso, se dirigen a objetos y están fundados en el conocimiento sobre una meta, experiencia o situación. A menudo, un objeto simboliza un valor que es difícil de sustituir, si representa status o satisface necesidades de auto estima, se trata de objetos de una naturaleza tangible, son valores externos y

dominantes cognitivos en tanto se relacionan con el conocimiento referido a una meta o a un “*pull element*”, es decir un elemento que tira. En el segundo caso, las expectativas son dirigidas internamente, su lugar de control se encuentra en el individuo mismo, en el sentido de logro, generalmente basado en el sentimiento de *flow*, no es el objeto sino el proceso a lo que se apunta, el deseo o impulso contiene un “*push element*”, un elemento que empuja.

En este sentido, Gnoth (1997) también señala que la satisfacción de valores emocionales reduce deseos y/o necesidades en tanto que la satisfacción de valores más cognitivos o externos confirma y fortalece el componente de creencia de las actitudes. Por ejemplo, viajar a áreas remotas o ir en búsqueda de *wilderness*, simplemente significa una promesa. La Gestalt de *wilderness* promete satisfacer valores internos tales como realización personal y entusiasmo, el turista responde a una concientización emocional que el objeto que contiene la Gestalt será instrumental al satisfacer la necesidad o el deseo de reducir un hueco entre el “yo” real y el “yo” ideal.

Gnoth (1997) propone una síntesis para explicar el proceso de formación de motivaciones y expectativas, donde las necesidades pueden ser estimuladas desde dentro de las personas o desde fuera. Cuando se generan internamente, las necesidades se establecen como un deseo, éste es emocional e instala una tendencia de acción específica, se trata de la primera señal que indica que la emoción está trabajando para organizar los pensamientos y la acción. La tendencia a la acción induce a la percepción de la persona a escanear el ambiente por objetos que satisfagan lo que ahora se ha convertido en un motivo, involucrando los valores. La persona es ahora un turista evaluando destinos. En función del nivel de deseo emocional los valores serán motivados

cognitivamente o emocionalmente, determinando la calidad de las expectativas. Las expectativas son representaciones mentales tentativas de eventos futuros o de procesos de aprendizaje inconclusos. La percepción de las experiencias, el “evento”, así como también la formación o modificación de actitudes, el “efecto”, pueden diferir de acuerdo a la cantidad de cogniciones y de emociones involucradas en las expectativas subyacentes. Como resultado, la satisfacción como una respuesta emocional a una experiencia está más íntimamente relacionada con actitudes y valores internos que con valores cognitivos o externos dominantes (ver figura 3.1).

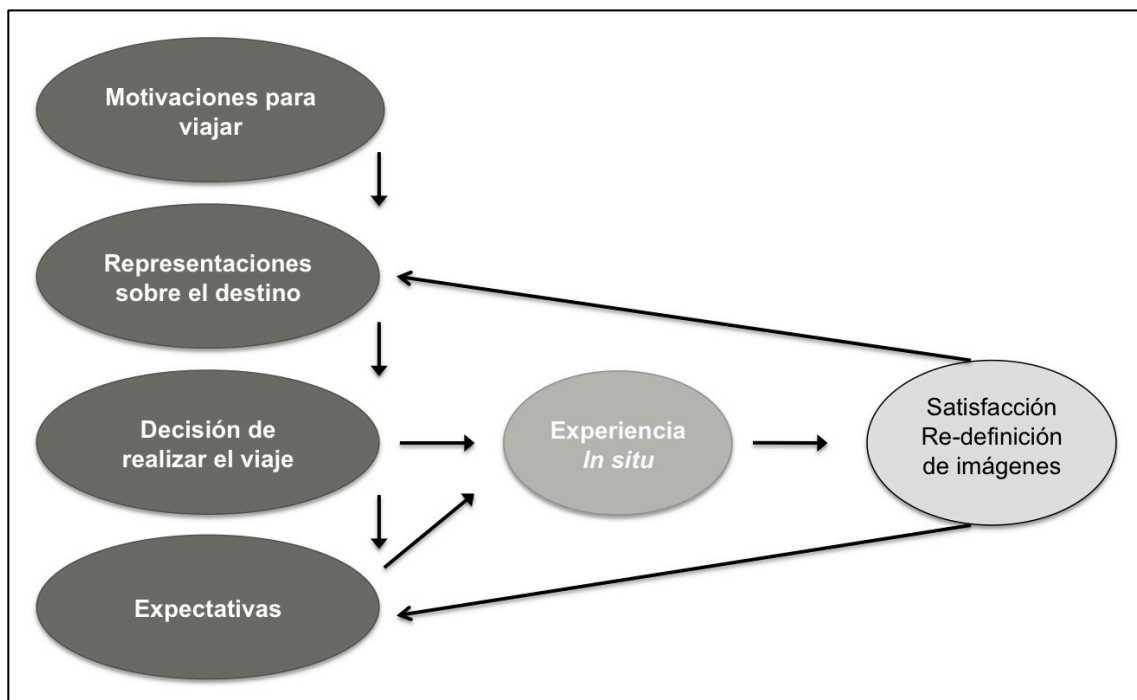


Figura 3.1 Proceso de formación de la experiencia turística. Fuente: elaboración propia.

3.4 Tipología de visitantes según la motivación y el comportamiento

En función de las motivaciones y de las formas de comportamiento de los turistas se puede establecer una clasificación sobre la tipología de turistas. Los

primeros estudios al respecto fueron los de Cohen (1974) y Plog (1974), cuya validez continúa. La interacción de atributos de la personalidad como la actitud, percepciones y motivación ayudan en el reconocimiento de distintos tipos de turistas (Cooper et al., 2007).

Cohen (1974) desarrolló una clasificación de turistas en cinco tipos, diferenciados según estos estuvieran institucionalizados (organizados a través del negocio turístico) y no institucionalizados (independientes del negocio turístico). Al primer grupo le corresponde el turista de masas organizado y el turista individual de masas, al segundo grupo el explorador y el errante. A su vez, plantea un continuo de diferentes combinaciones ubicando en los extremos la familiaridad y la novedad y las cuatro categorías se van ubicando en el continuo según sea el caso.

Plog (2001)⁴ presenta un modelo psicográfico donde sitúa en un extremo al turista psicocéntrico y, en el otro, al alocócntrico. El psicocéntrico corresponde a aquel turista que prefiere los entornos familiares, conformista, no aventurándose con destinos nuevos ya que se trata de un sujeto inseguro; el alocócntrico, en cambio, es seguro de sí mismo, le gusta experimentar nuevas experiencias, explorar el mundo. Entre estos extremos se encuentra el turista mediocéntrico, con personalidad más moderada, discerniendo, entre el mediocéntrico de tendencia psicocéntrica o el turista convencional o de masas, cuya pretensión es el descanso y el placer. También se considera al mediocéntrico de tendencia alocócntrica, con características más cercanas al alocócntrico.

⁴ El artículo original fue publicado en 1974. Aquí se referencia su actualización, correspondiente al año 2001.

Más adelante, Cohen (2005) presenta una nueva clasificación, cada una de las maneras sugeridas daría lugar a una de las principales tendencias del mundo contemporáneo. En primer lugar, el turista puede entender que las experiencias auténticas o extraordinarias no se encuentran tan disponibles en el contexto de un mundo homogeneizado posmoderno y así renuncien a ellas, enmarcando sus viajes al dominio de lo familiar, explica así la emergencia del “post-turista” (Ritzer y Liska, 1997 en Cohen, 2005). En segundo lugar, se encuentra el turista que acepta que las experiencias auténticas no estén disponibles tan fácilmente, pero la búsqueda por estas experiencias extraordinarias se va a dar en el marco de la simulación a través de soportes tecnológicos cuyas producciones alcancen lo “hiperreal”. En tercer lugar describe al turista como aquel que desafía la no disponibilidad de experiencias auténticas y extraordinarias mediante una búsqueda en los márgenes de expansión que se encuentran fuera de la influencia de los límites dominantes del mundo contemporáneo, se trata de una búsqueda que exige esfuerzos, destrezas y recursos económicos exagerados. Esta última tipología, Cohen la denomina “turismo extremo en los márgenes” (Cohen, 2005: 19). Al respecto, presenta una discusión oportuna respecto de nuestro objeto de estudio en esta tesis al preguntarse si existen zonas del planeta que se encuentren relativamente poco intervenidas por las fuerzas de la globalización y por los procesos de expansión del turismo. El autor señala que estos lugares de las márgenes que en su momento fueron accesibles a cualquier viajero fuera de los caminos conocidos, se están transformando en destinos turísticos exclusivos, con un acceso cada vez más restringido y costoso, provocando problemas de equidad turística (Cohen, 2002; 2005). El tipo de turista que define Cohen como “extremo” es el

que se resiste a las fuerzas de la globalización e insiste en acceder a experiencias auténticas en el mundo real. Se trata de individuos sofisticados dispuestos a utilizar sumas importantes de dinero para viajar a las márgenes más inhóspitas del planeta con el equipamiento necesario, tratan de parecerse a los exploradores del pasado, en busca de conocimiento. También identifica y caracteriza diversas zonas que cubrirían las expectativas del turista extremo:

- Regiones periféricas no habitadas del mundo occidental: presenta solamente una moderada resistencia a la penetración turística (antiguo mundo comunista y poscomunista, nuevos estados de Asia central, interior de África y de Sudamérica, casi todo el subcontinente Indio, algunas zonas del Sudeste asiático, islas periféricas, entre otros).
- Regiones de la Tierra inhabitables e inhóspitas: regiones que permanecen y probablemente permanecerán fuera del sistema turístico (desiertos yermos, regiones polares y las profundidades de los océanos).
- Espacio infinito: nuevos márgenes a expandir del sistema turístico, restringido para turistas multimillonarios.

Coincidimos con Cohen en que las tres tendencias en el turismo contemporáneo presentan distintas percepciones sobre la visión del mundo y el tipo de experiencia turística buscada.

CAPÍTULO 4: DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Introducción

Nos proponemos abordar este estudio desde la teoría de formación socio-espacial propuesta por Santos (1977), como una categoría sintética de la ciencia geográfica.

Desde este punto de partida, consideramos el espacio como objeto de las prácticas sociales, atendiendo a la idea de territorio usado como sinónimo de espacio geográfico que propone Santos (2000), es decir como un conjunto indisociable de sistemas de objetos y sistemas de acciones, sumamos el planteo de Werlen (1993) para quien el elemento central del análisis lo constituyen la acción y el acto.

Estas prácticas resultan de la valorización que el hombre realiza de la diferenciación espacial y que refleja los patrones culturales propios a cada tipo de sociedad y a sus posibilidades técnicas disponibles en cada momento.

Además, atendemos el planteo de Soja (2009) cuando re-define la dialéctica socio-espacial en la noción de una trialéctica, que puede ser solamente interpretada examinando la interrelación entre espacialidad, historicidad y sociabilidad, una trialéctica del espacio percibido, del espacio concebido y del espacio vivido. Así presenta la idea de tercer espacio como concepto que comprende todo lo real y lo imaginario, lo abstracto y lo concreto, lo subjetivo y lo objetivo, lo conocible y lo inimaginable, etc. A partir del abordaje que propone en esta triple relación re-significa el espacio como un modo de pensar la relación historia-sociedad. Es decir, que al espacio lo visualizamos como un híbrido en el cual es necesario encontrar las subtotalidades significativas dadas por los sistemas de objetos, de acciones que, a su vez, son mediadas por normas.

Desde el capital cognitivo colectivo, la cultura instituye reglas que organizan una sociedad y gobiernan los comportamientos individuales, se produce de esta manera un movimiento recursivo donde cultura y sociedad sostienen una relación generadora mutua, donde las interacciones entre individuos, regeneran a la sociedad, la cual regenera a la cultura (Morín 1998).

El estudio se realiza desde un enfoque de análisis microsociales como nivel principal de comprensión, atendiendo a las representaciones y valoraciones de los distintos actores relacionados con la Antártida y con Ushuaia/Tierra del Fuego, sin dejar de reconocer cómo el nivel macrosocial está presente en distintos aspectos.

4.2 Hipótesis y objetivos

Atendiendo a la hipótesis general, presentada en la Introducción, que se refiere a la existencia de una relación entre dos destinos remotos del turismo: la Antártida y Ushuaia, donde cada uno de ellos desempeña roles diferentes que se definen a partir de las representaciones y de la experiencia del visitante antártico en estos espacios como así también de las imágenes emitidas por las operadoras turísticas, presentamos en este acápite las hipótesis complementarias:

H1. El deseo por conocer espacios remotos y poco conocidos representa una necesidad para el viajero moderno quien proyecta en su viaje a la Antártida la posibilidad de concretar una experiencia singular, basada en características de distinción.

H2. La imagen de la Antártida como destino remoto, lejano y superlativo se explica a partir de la generación de un círculo de representación donde los

turistas tienden a reproducir aquellas imágenes que se transformaron en icónicas y que son emitidas por diferentes medios de comunicación, especialmente los operadores turísticos que, a su vez, retroalimentan el círculo.

H3. Las representaciones mentales, generación de imágenes y expectativas de los visitantes antárticos actúan en las fases preliminares del viaje e influyen directamente sobre el comportamiento y uso del espacio de destino turístico, no limitándose exclusivamente a las propiedades físicas del entorno, sino también a la dimensión emocional que el destino evoca, proporcionando importantes niveles de satisfacción de la experiencia.

H4. Los programas turísticos de los operadores antárticos han evolucionado incorporando más especificidad entre sus componentes como así también otros espacios próximos a la Antártida en sus catálogos, donde Ushuaia únicamente es visualizada en su rol de puerta de entrada.

H5. El posicionamiento de Ushuaia como acceso más cercano a la Antártida se percibe como una condición favorable en su rol de puerta de entrada, con la asignación de distintas funciones a este espacio de “antesala”, con capacidad para complementar la experiencia del viaje antártico.

H6. La identificación de estrategias que permiten vincular a Ushuaia con Antártida desde distintas perspectivas (ambientales, históricas, de actividad científica, etc.) junto con las búsquedas de experiencias en lugares remotos que relacionan el “continente blanco” como un espacio de alto valor ecológico y tierra de aventura y exploración, redundan en el interés de los visitantes de prolongar su estadía en la ciudad-puerto receptora de estos flujos turísticos.

Objetivos

En función de estas hipótesis enunciamos el objetivo principal, también indicado en la Introducción, y exponemos los objetivos específicos:

Objetivo general:

- Analizar la naturaleza de las representaciones e imágenes sobre Antártida en relación con las expectativas previas al viaje y como estructurantes de actitudes y comportamiento que se manifiestan en el uso de los dos espacios, Antártida y Ushuaia.

Objetivos específicos:

- 1) Identificar los factores que determinan la experiencia del viaje antártico, reconociendo el peso que cada componente ocupa.
- 2) Determinar cómo influyen esos factores en la configuración de la imagen de Ushuaia como puerto de base y destino turístico complementario de la Antártida.
- 3) Reconocer las pautas de comportamiento del visitante antártico en su visita a la Antártida.
- 4) Indagar sobre la percepción que tienen los visitantes antárticos de Ushuaia.
- 5) Identificar los usos del espacio de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida.

4.3 Enfoques metodológicos

Desde el método¹ que se utiliza en la tesis, decidimos atender dos enfoques que se enmarcan en corrientes diferentes, aunque entendemos que se complementan y nos permiten pensar en clave de espiral rizomático. Por un lado, utilizamos el enfoque cuantitativo mediante el uso de encuestas para definir aspectos sobre las representaciones del espacio turístico, la producción de imágenes, expectativas, experiencia, valoraciones del espacio y satisfacción. Por otra parte, utilizamos instancias cualitativas, como las entrevistas en profundidad, la observación directa y el análisis de folletos, que nos han permitido acercarnos a una interpretación más real, de dimensiones singulares sobre la experiencia de los visitantes, su comportamiento y relación con el espacio vivido.

Como señala Sierra Bravo (2007) es recomendable el empleo de diferentes técnicas con el fin de llevar adelante una aproximación al conocimiento más cabal, debido a que cada método proporciona una visión distinta de la realidad y todos presentan limitaciones al ser utilizados en forma aislada. Asimismo, Campelli sostiene que todos los actos de investigación empírica implican una combinación de calidad y cantidad (1991 en Marradi et al., 2010), la utilización de ambos métodos brinda una posibilidad de integración que, en general, permite un mejor abordaje del problema (Marradi, et al., 2010).

¹ Entendemos método como procedimiento, constituido por las etapas generales de actuación que forman su contenido y por las técnicas o procedimientos concretos, operativos, para realizar en un caso determinado las fases generales de actuación de cuestión (Sierra Bravo, 2007). Consiste en la selección de las técnicas más apropiadas para enfrentar un problema, comparándolas, combinándolas, aportando modificaciones y también proponiendo alguna solución (Marradi et al., 2010).

En la tabla 4.1 se presentan las técnicas utilizadas en función de los objetivos específicos planteados.

Objetivos	Técnicas utilizadas
Objetivo específico 1 Identificar los factores que determinan la experiencia del viaje antártico, reconociendo el peso que cada componente ocupa	Encuesta Entrevista
Objetivo específico 2 Determinar cómo influyen esos factores en la configuración de la imagen de Ushuaia como puerto de base y destino turístico complementario de la Antártida	Encuesta Entrevista
Objetivo específico 3 Reconocer las pautas de comportamiento del visitante antártico en su visita a la Antártida	Observación participante
Objetivo específico 4 Indagar sobre la percepción que tienen los visitantes antárticos de Ushuaia	Encuesta Entrevista
Objetivo específico 5 Identificar los usos del espacio de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida	Encuesta Entrevista Análisis de documentos

Tabla 4.1 Objetivos y técnicas utilizadas. Fuente: elaboración propia.

4.4 Enfoque cuantitativo

En primera instancia se ha seleccionado la **encuesta** como técnica de investigación debido a sus conocidas ventajas asociadas a su capacidad para realizar la inferencia extensiva de resultados a poblaciones amplias. Sin embargo, dada esta forma de medida extensiva, se corre el riesgo de dejar fuera de análisis aquellos aspectos que resultan más difíciles de cuantificar (Vallejos

Izquierdo *et al.*, 2011), por ello, hemos complementado con la utilización de técnicas cualitativas, como se verá en el siguiente acápite.

En función de los objetivos de la tesis, el universo que hemos planteado para llevar adelante las encuestas correspondió a los visitantes antárticos a bordo de cruceros de expedición que han utilizado el puerto de Ushuaia como puerta de entrada, en ambos sentidos del viaje o, al menos, en uno de ellos. La realización de las encuestas comprendió dos temporadas turísticas, correspondiendo aproximadamente 20.000 visitantes por cada temporada. Con el objeto de poder establecer relaciones entre diversas variables, se desarrolló una muestra extensa que comprendió un total de 653 encuestas válidas para el análisis. Las mismas fueron realizadas a bordo de los buques de expedición turísticos, una vez que se retiraban de la Península Antártica, generalmente después del cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake, durante el regreso. Se trató de formularios auto administrados, organizados en tres partes, cada una de ellas referidas a un momento del viaje antártico (*a priori, in situ y a posteriori*). Ver tabla N° 4.2.

Características	Encuesta
Universo	Visitantes en buques de expedición que utilizaron Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida
Procedimiento de muestreo	Probabilístico aleatorio simple
Recogida de información	Formulario autoadministrado
Tamaño de la muestra	653 formularios válidos para el análisis
Error muestral	5%
Nivel de confianza	95%
Ámbito geográfico	Mar de Hoces o Pasaje Drake; Ushuaia
Alcance temporal	Temporada alta (estival: noviembre-abril) 2012/13 y 2013/14

Tabla 4.1 Ficha técnica de la muestra. Fuente: elaboración propia.

Cabe destacar que para la construcción del cuestionario se tomaron en cuenta experiencias previas (Vereda, 2004; 2010), que fueron de suma utilidad para la toma de decisiones sobre la organización de la encuesta y para la formulación de las variables que se incorporaron.

Es importante señalar que la encuesta fue diseñada teniendo en cuenta, por un lado, los dos espacios de nuestro interés: Antártida y Ushuaia/Tierra del Fuego y, por otro, las funciones diferentes que cada uno de ellos tiene en la lógica de organización espacial del turismo antártico. Esto es, Antártida como destino turístico remoto y excepcional en tanto Ushuaia/Tierra del Fuego como puerta de entrada del turismo antártico. Los formularios fueron elaborados en español y en inglés, un modelo en cada idioma se presenta en el Anexo A4 (a y b).

4.4 Enfoque cualitativo

A través de la perspectiva cualitativa desarrollamos un diseño metodológico que nos permitió acceder a otros aspectos de la realidad del turismo antártico, facilitándonos permanecer próximos al mundo empírico, asegurando un ajuste cercano entre los datos y lo que los sujetos expresan y hacen, obteniendo un conocimiento directo de la vida social y subrayando la validez del conocimiento (Taylor y Bodgan, 1987). Además, como ya se ha señalado anteriormente, nos permitió complementar la información obtenida en las encuestas.

Propusimos una combinación de técnicas en función de la caracterización de cada objetivo específico, en tanto todas las técnicas utilizadas han contribuido con el objetivo general.

En principio, recurrimos al estudio de folletos emitidos por las operadoras turísticas sobre Antártida y Ushuaia/Tierra del Fuego utilizando como técnica el

análisis de contenido de los mismos. Desde una orientación sincrónica, analizamos los folletos correspondientes a una de las temporadas de análisis (2013/2014, ya que, al tratarse de la temporada inmediata posterior, pudimos comprobar que el contenido era prácticamente el mismo). Los folletos analizados correspondieron a los de las operadoras turísticas a bordo de cuyos barcos viajaron los visitantes que contestaron nuestras encuestas. Se revisaron folletos correspondientes a 9 compañías donde se describen 35 itinerarios diferentes. Es así que reconocemos a los operadores antárticos como uno de los actores importantes del turismo antártico, conociendo cómo ellos han promovido la visita a la Antártida y contribuyeron en gran parte en la definición del rol de Ushuaia. Para sistematización y análisis de datos utilizamos el software *MAXQDA*, versión 12 Demo. Asimismo, utilizamos otro tipo de documento para conocer el comportamiento espacial de los flujos turísticos en la región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur. En este caso se trata de los despachos de los buques, presentados por las operadoras turísticas a la Prefectura Naval Argentina (autoridad de aplicación marítima nacional) en el momento del zarpe. En ellos, los capitanes presentan una declaración de la cantidad de pasajeros, tripulantes, plan de viaje, entre otros ítems.

Debido a que centramos nuestra atención en el visitante antártico como sujeto de estudio, hemos seleccionado la técnica **observación participante** ya que se trata del tipo de observación más puro de la investigación social, brindando información muy valiosa sobre el sujeto de estudio (Sierra Bravo, 2008). Entre las ventajas que ofrece la observación directa, se puede obtener información independientemente del deseo del sujeto de proporcionarla, los fenómenos se analizan con un carácter de totalidad y, aunque no sea posible tomar todos los

resultados de las interrelaciones y otros aspectos, es un procedimiento que permite estudiar los hechos dentro de una situación contextual (Ander-Egg, 1993). Si bien también presenta problemas tales como la limitación de los sentidos humanos en las percepciones y la falta de absoluta objetividad del observador, entre otros, las otras técnicas seleccionadas actuaron como formas de control.

La observación participante se llevó adelante a bordo de tres cruceros de expedición antárticos, que transportaron entre 80 y 120 pasajeros: *MV Polar Star*, *MV Lyubov Orlova* y *MV Ushuaia* durante las temporadas turísticas 2011/2012 y 2013/2014.

Con el objetivo de conocer cómo se desarrollaba el día a día a bordo, desde el zarpe de Ushuaia hasta el amarre al regreso, hemos decidido formar parte del ambiente cotidiano del crucero y del entorno natural de los grupos a evaluar. El registro lo llevamos adelante mediante fotografías y notas que tomamos en el cuaderno de campo.

En cuanto a las unidades de análisis, definimos a los visitantes a bordo de los tres cruceros mencionados como nuestros sujetos de análisis y nos centramos en evaluar sus manifestaciones de comportamiento en relación con el espacio de visita y sus componentes y las interacciones existentes entre las actividades de las personas y los elementos del paisaje. En este sentido, y debido a las características de los viajes, es decir, la posibilidad de poder observar todo el itinerario, nuestro objetivo ha sido trabajar el continuo registrando de forma descriptiva la mayor parte de los eventos que ocurren en el contexto de los viajes en buques de expedición. Las características de este tipo de observación son las siguientes:

- No se realiza una previa especificación de las conductas o atributos a observar. Aunque es importante destacar que al tener un conocimiento previo sobre el perfil del visitante antártico, se contaba con presupuestos anteriores a la materialización de la observación.
 - Se observa en tiempo real y de forma continua.
 - Las descripciones se realizan sobre diversos aspectos, debido a que muchas veces la unidad a observar es una relación secuencial entre dos actividades de una, dos o varias personas o entre una persona y una dimensión ambiental.
- Por último, como ya se ha mencionado oportunamente, se utilizó complementariamente la técnica de **entrevista en profundidad**, acercándonos al conjunto de representaciones asociadas a los acontecimientos vividos por el entrevistado (Montesperelli en Marradi et al., 2010). De esta forma entendemos que la información que nos interesa ha sido experimentada e interpretada por el entrevistado, ocupando al momento de la entrevista el centro de reflexión, siendo problematizado y narrado (Marradi et al., 2010). Los entrevistados se ubican en dos grupos diferentes, en primer lugar, capitanes de cruceros de expedición y, en segundo lugar, miembros del *staff* de dichas embarcaciones (tabla 4.3). Para el primer caso se trabajó con una guía de entrevista semi-estructurada², con el objeto de establecer un esquema en el que se pudieron anticipar los modos de abordaje del tema central y de las cuestiones secundarias, teniendo listas de preguntas amplias, así como también una serie de cuestiones y argumentos que fueron útiles para pasar de un asunto a otro o para motivar al entrevistado (Valles en Marradi et al., 2010). Para el segundo grupo utilizamos una guía de entrevista estructurada, debido a que no se disponía de demasiado tiempo para realizarla

² También denominada guía de pautas o guión de entrevista (Merlino, 2009).

por las tareas que desempeñan los miembros del *staff* de expedición³ (ver Anexo A4, c, d y e, respectivamente).

Se ha pretendido abordar el estudio desde una aproximación *emic*, es decir, tomando la perspectiva del entrevistado como nuestro actor social, conocer su tipo de discurso, cómo ellos miran el lugar, cuál es el valor de su experiencia, etc. Las entrevistas fueron procesadas utilizando el software *MAXQDA*, versión 12 Demo, mediante el cual se realizó la codificación necesaria y se clasificaron los segmentos en función de dicha codificación.

Los miembros del *staff* fueron 20, presentamos aquí información relacionada con este grupo, que ha sido el más numeroso y diverso de los entrevistados. Todos trabajaban a bordo de buques en la Antártida durante la temporada estival y 14 de ellos también lo hicieron en el Ártico durante la contra-temporada. Las nacionalidades corresponden a Alemania ((5%), Argentina (30%), Australia (5%), Canadá (5%), Estados Unidos (30%) y Japón (5%). El 55% tiene entre 25 y 44 años de edad, el 35% se encuentra entre 45 y 60 y solamente el 10% cuenta con 65 años o más. Todos los entrevistados demuestran poseer gran experiencia en buques de expedición antárticos ya que la mayoría señaló contar con más de 7 viajes y algunos contabilizaron hasta 14.

³ Se trata de los miembros del personal de expedición, encargado del crucero turístico (*expedition staff*) quienes, teniendo un trato directo con los pasajeros, se desempeñan como jefes de expedición, guías naturalistas y conferencistas a bordo, siendo los encargados de acompañar a los pasajeros durante los desembarcos.

Identificación del grupo	Posición en la operadora turística y buque
Capitanes de buques ⁴	Se trató de dos capitanes, por la confidencialidad de la información brindada nos referiremos al C1 y C2.
Miembros del <i>staff</i> ⁵	Conductor de zodiac, <i>MS Bremen</i>
	Guía, <i>MS Hanseatic</i>
	Guía, <i>MS Hanseatic</i>
	Asistente de jefe de expedición, <i>MS Bremen</i>
	Guía, <i>MV National Geographic Explorer</i>
	Conferencista, <i>MV National Geographic Explorer</i>
	Hotel manager, <i>MV Lyubov Orlova</i>
	Kayak guide, <i>MV Plancius</i>
	Conferencista, <i>MV Lyubov Orlova</i>
	Jefe de expedición, <i>MV Polar Star</i>
	Conferencista, <i>MV Polar Star</i>
	Naturalista, <i>MV National Geographic Explorer</i>
	Naturalista, <i>MV National Geographic Explorer</i>
	Jefe de expedición, <i>MV National Geographic Explorer</i>
	Asistente de jefe de expedición, <i>MV Ushuaia</i>
	Guía, <i>MV Ushuaia</i>
Jefe de expedición, <i>MV Ushuaia</i>	
Guía, <i>MV National Geographic Explorer</i>	
Director crucero, <i>MS Hanseatic</i>	

Tabla 4.3 Sujetos de análisis entrevistados. Fuente: elaboración propia.

⁴ Ambos capitanes trabajan exclusivamente como capitanes antárticos, con una muy vasta experiencia en ese espacio geográfico.

⁵ Decidimos no incluir los nombres de los entrevistados, simplemente se hace una referencia a la posición que ocupaban y al buque en el que se encontraban trabajando al momento de realizar la entrevista.

4.6 La construcción de los mapas

Los mapas ocupan un lugar importante en la tesis en función del análisis espacial sobre la distribución e intensidad de los flujos turísticos. Fueron elaborados con el software de código abierto *Qgis*. Debido a que nuestro interés se centra en la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur, se decidió utilizar el paquete “Quantarctica” (Quantum GIS + Antarctica; www.quantarctica.org). Este proyecto de SIG⁶ presenta un mapa de base al sur de los 50° S a partir del cual se pueden generar capas propias en función de las finalidades del estudio. Al tratarse del continente antártico, se utiliza la Proyección Estereográfica Polar, EPSG 3031, correspondiente a WGS84, con las características que se presentan en la figura 4.1.

En función del mapa base provisto por *Quantarctica*, elaboramos una serie de mapas que corresponden a diferentes instancias de la tesis. Por un lado, el mapa de presentación del continente antártico. Por otro lado, el resto de los mapas responden a la definición de la región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur como espacio turístico y su relación con Ushuaia en su rol de puerta de entrada marítima.

En este sentido, se define a la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur como región desde el punto de vista de las visitas turísticas, reconociendo a su vez distintas áreas conformadas a partir de criterios tales como proximidad geográfica y concentración de puntos de interés.

⁶ Se trata de una iniciativa del Instituto Polar Noruego (NPI) con el objetivo de desarrollar información geográfica en software libre destinado a un uso no comercial, dirigido especialmente a la educación e investigación.

En este contexto e insertos en objetivos más amplios de la tesis la elaboración de los mapas ha perseguido los siguientes propósitos:

❖ Identificar en el espacio geográfico las siguientes áreas de frecuentación turística y la intensidad de visitas en viajes que reciben:

- 1) Islas Orcadas del Sur.
- 2) Isla Elefante e islas adyacentes.
- 3) Islas Shetland del Sur.
- 4) Noreste de la Península Antártica.
- 5) Noroeste de la Península Antártica.
- 6) Centro Oeste de la Península Antártica.
- 7) Suroeste de la Península Antártica.
- 8) Círculo Polar Antártico

❖ Reconocer los puntos de visita de cada área, indicar la intensidad de la visita turística y clasificarlos en función de su atraktividad turística fundamentalmente en las siguientes categorías (y sus combinaciones):

- a. Atractivo natural
- b. Atractivo histórico
- c. Estación o base científica

❖ Señalar las principales rutas en la región, incorporando a Ushuaia como puerta de entrada marítima y a otros espacios próximos asociados al turismo antártico, señalando sus funciones:

- d. Puerta de entrada marítima

- e. Puerta de entrada aérea
- f. Recambio ocasional de pasajeros y visita
- g. Visita
- h. Escala ocasional

La intensidad de los flujos turísticos se demuestra mediante el uso de símbolos proporcionales. Las principales rutas turísticas se establecen señalando el derrotero de los viajes turísticos.

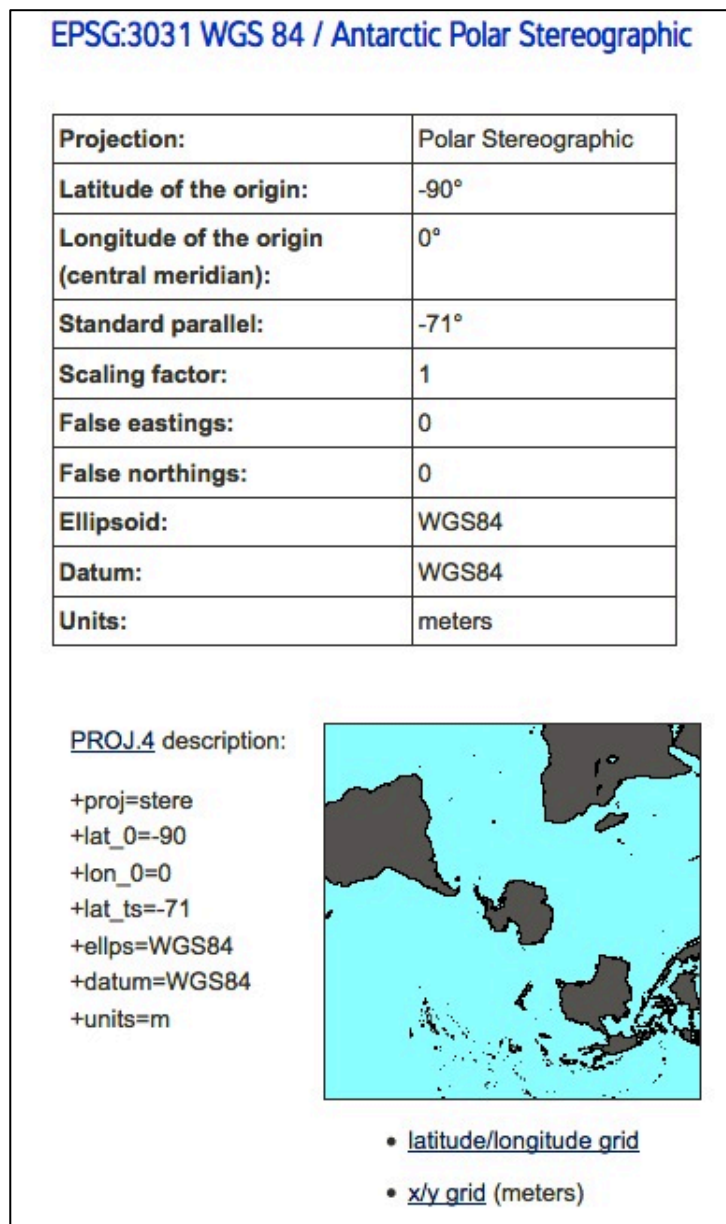


Figura 4.1: Características de la Proyección Estereográfica Polar EPSG 3031 WGS 84.
Fuente: https://nsidc.org/data/atlas/epsg_3031.html

Para tal fin se han diseñado los siguientes mapas:

- 1) Mapa de la Península Antártica, identificando las 8 áreas de interés turístico y la intensidad de las visitas.
- 2) Mapas de cada área, con sitios de visita según tipo de atractivo e intensidad de los flujos turísticos
- 3) Mapa incluyendo Tierra del Fuego, Islas Malvinas, Islas Georgias del Sur, Punta Arenas y Puerto Williams, reconociendo las funciones de cada nodo.
- 4) Mapa señalando las principales rutas de los buques turísticos.
- 5) Mapa general de atractivos de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur.

Por último, cabe destacar que también se ha decidido utilizar los mapas provistos por el Instituto Geográfico Nacional y por el Servicio de Hidrografía Naval:

- a) Mapa Bicontinental de la República Argentina⁷. Mapa político.
- b) Mapa político de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur⁸.
- c) Mapa satelital de la Isla Grande de Tierra del Fuego, Islas Georgias del Sur e Islas Sandwich del Sur⁹.
- d) Mapa físico de las Islas Malvinas¹⁰.
- e) Carta topográfica de las Islas Georgias del Sur¹¹.

⁷ http://www.ign.gob.ar/images/MapasWeb/ArgentinaBicontinental/ARG-BICO-COPLA_A4_2016.jpg.

⁸ <http://www.ign.gob.ar/images/MapasWeb/TIERRA-DEL-FUEGO/PCIA-TDF-POLITICO-WEB.jpg>.

⁹ <http://www.ign.gob.ar/images/MapasWeb/TIERRA-DEL-FUEGO/TIERRA-DEL-FUEGO-SATELITAL-WEB.jpg>.

¹⁰ <http://www.ign.gob.ar/AreaServicios/Descargas/Mapas>

¹¹ Instituto Geográfico Nacional, Carta 5437.

f) Mapa Islas Sandwich del Sur¹².

Para la identificación de los sitios que reciben visitantes, se trabajó con el nombre geográfico asignado por Argentina, a través de la División Toponimia del Servicio de Hidrografía Naval^{13, 14}. Cabe destacar que los nombres geográficos antárticos son elementos de identificación, orientación, localización y navegación, que proporcionan un sistema de referencia esencial para las operaciones logísticas y la investigación científica internacional (Morandi, 2013). El Servicio de Hidrografía Naval ha incorporado casi 3000 nombres geográficos antárticos argentinos en la “*Composite Gazetteer of Antarctica*”, editada por el *Scientific Committee on Antarctic Research* (SCAR).

¹²http://www.un.org/Depts/los/LEGISLATIONANDTREATIES/PDFFILES/MAPS/arg_mzn10_1996_00037.jpg

¹³ El Servicio de Hidrografía Naval dentro de su área de competencia y por Ley Hidrográfica N° 19.922, es un organismo coordinador de nombres geográficos dentro de las zonas de su jurisdicción (Río de la Plata, litoral marítimo, Isla Grande de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur), ya sea de estudio, asignación o de elaboración de informes oficiales sobre nombres geográficos y de fomento de la normalización nacional, y que sigue las recomendaciones de las Conferencias de las Naciones Unidas sobre la Normalización de los Nombres Geográficos (Morandi, 2013).

¹⁴ Para la construcción de la información que presentamos aquí hemos tomado las equivalencias toponímicas de los sitios de visita presentes en los planes de viaje (en idioma inglés) del Nomenclador Antártico Argentino del Servicio de Hidrografía Naval (Morandi, 1993) y del “*Composite Gazetteer of Antarctica*” (SCAR, 1992 actualizado a 2017).

**PARTE II. TURISMO ANTÁRTICO: LA
CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO
DESDE EL DISEÑO DE LOS VIAJES**

CAPÍTULO 5: LA PENÍNSULA ANTÁRTICA EN LA DEFINICIÓN DE LOS VIAJES TURÍSTICOS

5.1 Caracterización del turismo antártico

El movimiento de visitantes hacia la Antártida comenzó aún antes de la firma del Tratado Antártico. Al respecto, varios autores estudiaron estos flujos desde una perspectiva histórica (Reich, 1980; Enzenbacher, 1992; Headland, 1994; Jensen y Daverio, 2008; Jensen y Vereda, 2016).

A partir de la década de 1990 empieza un crecimiento importante en el número de buques y pasajeros transportados y el turismo antártico de cruceros ha ido presentando cambios significativos desde las modalidades ofrecidas en los programas de viaje hasta el tipo de embarcaciones de distinto porte que navegan aguas antárticas.

El turismo de cruceros ha tenido el crecimiento más significativo frente a las otras modalidades (aérea-basada en tierra, aérea-crucero, sobrevuelo), alcanzando su pico más alto durante la temporada 2007/2008 con 45.652 pasajeros transportados (IAATO, 2008). Embarcaciones de distinto porte navegan aguas antárticas, realizando desembarcos únicamente aquéllas que transportan menos de 500 pasajeros, no permitiendo el desembarque simultáneo en un sitio de más de 100 personas, en virtud de la Medida 15 (RCTA, 2009) adoptada en la XXXII Reunión Consultiva del Tratado Antártico.

En las figuras 5.1 y 5.2 puede observarse la evolución de los flujos turísticos desde el primer viaje comercial a la Antártida en enero de 1958 hasta la temporada 2016/2017, a través del puerto de Ushuaia.

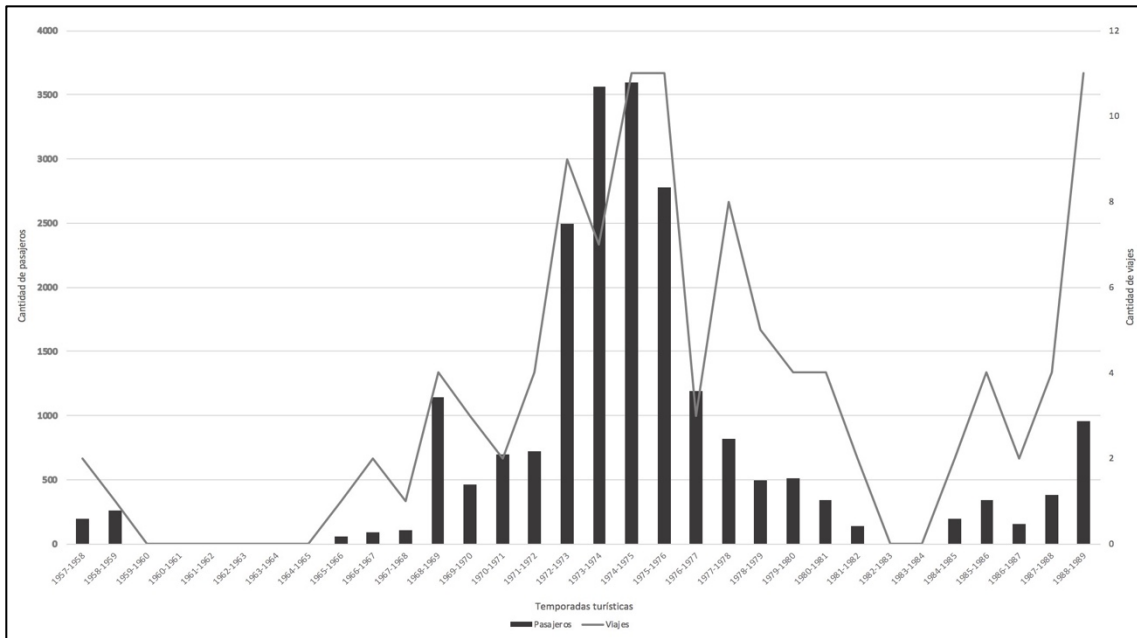


Figura 5.1 Evolución de los flujos turísticos antárticos a través del puerto de Ushuaia. Temporadas 1957/1958 a 1988/1989. Fuente: Argentina, 2017.

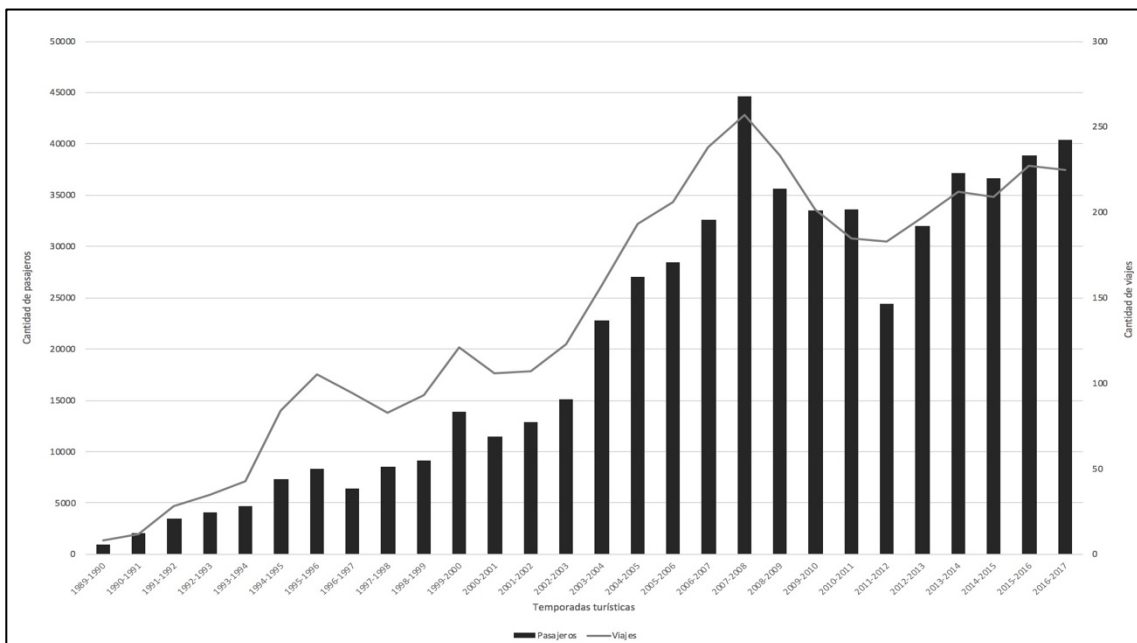


Figura 5.2 Evolución de los flujos turísticos antárticos a través del puerto de Ushuaia. Temporadas 1989/1990 a 2016/2017. Fuente: Argentina, 2017.

En la figura 5.1 se presenta la evolución del movimiento de buques y flujos de pasajeros, sintetizando los primeros 30 años del turismo marítimo antártico. Se evidencian las variaciones de los primeros años, el *boom* de los '70 y la declinación de los '80. La temporada 1977/1978 fue la más extensa de todo el

período con una duración de 82 días. Treinta años necesitó el turismo marítimo antártico para desarrollarse y luego consolidarse en las décadas siguientes (Argentina, 2017).

En la figura 5.2 se puede observar la evolución del movimiento de buques y flujos de pasajeros que resume los resultados de los últimos 25 años del turismo marítimo antártico. Es evidente el firme crecimiento a partir del inicio de la década del '90, donde ha influido de manera significativa la disponibilidad en el mercado de los buques de casco reforzado y de rompehielos de la Academia de la ex Unión Soviética que fueron charteados por diversas compañías. Luego, se produjo la expectativa por los festejos del fin del milenio y el mayor incremento del turismo antártico se manifestó en la primera década del Siglo XXI, con el pico de visitantes en la temporada 2007/2008. Por último, se advierte una cierta estabilización en las últimas temporadas luego del descenso producido como consecuencia de la prohibición del uso y/o transporte de combustible pesado en 2011¹. Por otra parte, el aumento en la capacidad de pasajeros de los buques les permite ahora transportar una mayor cantidad de visitantes en menor cantidad de viajes. Esta etapa corresponde a la consolidación tanto del turismo antártico como de la participación de Ushuaia como puerta de entrada (Argentina, 2017). Para los próximos años se prevé un importante crecimiento en función de nuevos buques que comenzarán a operar en el mercado (IAATO, com. pers. 2017).

¹ En agosto del año 2011 se produjo la entrada en vigor de las enmiendas al Anexo I del Convenio MARPOL (OMI), que prohíben el uso y/o transporte de combustible pesado en la Antártida. Esta medida afectó especialmente a los buques de gran porte que son los alcanzados por la regulación.

Las operadoras turísticas

El turismo antártico se comercializa a través de empresas de diferente constitución. En relación con aquellas que llevan adelante los cruceros de expedición, se encuentran las que operan con buques propios y las que los chartean a diferentes armadoras y/o compañías charteadoras. En general, las embarcaciones son utilizadas en otros destinos durante la temporada baja antártica, siendo uno de los más frecuentes el Ártico. Las compañías que manejan volúmenes menores de pasajeros únicamente comercializan bloques de cabinas a bordo. La mayoría de las operadoras turísticas se encuentran domiciliadas en el extranjero, gran parte en Estados Unidos, Países Bajos, Canadá y Alemania. La empresa *Antarpply Expeditions*, que opera con un buque propio, el *MV Ushuaia*, está radicada en Ushuaia. A nivel regional solo dos empresas correspondían a Chile, *Antarctic Shipping* y *Antarctica XXI*, pero la primera ha dejado de operar a partir de la temporada 2011/2012. Por otro lado, se encuentran también las armadoras de buques de gran porte que realizan algunos viajes a la Antártida, sin efectuar desembarcos. La línea *Princess Cruises* ha operado durante varias temporadas, pero dejó de hacerlo a partir de la prohibición de navegar al sur de los 60° S con combustible pesado. Sin embargo, *Holland America Line* y *Celebrity Cruises* han continuado en el mercado.

Nacionalidad de los pasajeros

Respecto de la nacionalidad de los pasajeros, se han contabilizado más de 70 nacionalidades para cada temporada, siendo las predominantes Estados

Unidos, Alemania, Reino Unido, Canadá, Australia. A partir de la temporada 2013/2014, China ocupa un lugar importante, destacándose el charteo completo de buques por parte de empresas chinas, asimismo, operadoras chinas están siendo incorporadas a la IAATO (IAATO, com. pers., 2015).

Registros de las embarcaciones

Los buques que operan turismo antártico corresponden mayoritariamente a registros de Estados o territorios que no son Parte del Tratado Antártico.

Al respecto, para la temporada 2012/2013 y 2013/2014 los buques con registros de Estados Parte alcanzaron el 38% y el 36% respectivamente.

5.2 Principales regulaciones para el uso del espacio²

El turismo, como actividad no gubernamental que se desarrolla en la Antártida, se encuentra regulado por el Sistema del Tratado Antártico, que es integrado por un conjunto de normas jurídicas, de Estados Partes Contratantes e instituciones, procedimientos y prácticas, principios y objetivos, y por el accionar individual y colectivo de esos Estados dentro del Sistema y con relación al mundo exterior al mismo. Desde la entrada en vigor del Tratado Antártico en 1961, sus Reuniones Consultivas (RCTA) han legislado sobre diversos temas que hacen a las actividades en la región y han contribuido a darle mayor funcionalidad al Sistema (CARI, 1996).

Las principales reglas y directrices de la RCTA para los turistas y los organizadores de expediciones turísticas se encuentran en el Protocolo sobre

² Todos los documentos sobre regulación del turismo antártico se encuentran disponibles en: www.ats.aq (Sitio Web de la Secretaría del Tratado Antártico), ver Anexo A1.

Protección del Medio Ambiente y en la Guía para los visitantes a la Antártida (Recomendación XVIII-1, 1994). Además de establecer directrices para el turismo, la RCTA también dispone que las expediciones turísticas presenten informes sobre sus visitas. Las directrices de 1994 fueron complementadas en 2004 con directrices sobre planes de contingencia, seguros y otros temas. La Medida 4 (2004), que establece requisitos en estos campos, se encuentra en este momento en la etapa de aprobación por las Partes Consultivas. La RCTA también establece directrices específicas para los sitios más frecuentados por turistas. A través de la Resolución 3 (2011), la RCTA adoptó las Directrices Generales para Visitantes a la Antártida, las cuales proporcionan asesoría general para las visitas.

La mayoría de las operadoras turísticas activas en la Antártida son miembros de la Asociación Internacional de Operadores Turísticos en la Antártida (IAATO³), que participa en la RCTA en calidad de organización experta invitada.

5.3 Región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur y sus áreas de interés turístico

Si bien el Área del Tratado Antártico involucra todo el espacio geográfico ubicado al sur del paralelo 60° S, la mayor parte de los flujos turísticos se concentran en la zona próxima a Sudamérica por las facilidades de acceso a infraestructura, es decir la Península Antártica y espacios adyacentes. Es por ello que Ushuaia se ha transformado en la puerta de entrada más activa para el turismo marítimo

³ En el Sitio Web de la Asociación se puede encontrar información sobre sus miembros: www.iaato.org.

antártico, de todas maneras, su rol como puerta de entrada será desarrollado en el capítulo siguiente.

En este contexto, se construye la idea de región⁴ tomando en consideración la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur, identificando a su vez distintas áreas de interés turístico.

Estas áreas de interés desde el punto de vista del turismo se constituyen en un escenario privilegiado para la observación de vida silvestre, basada, particularmente, en pingüinos y mamíferos marinos que, junto con los témpanos y glaciares ocupan un lugar destacado entre las preferencias de los visitantes. La evocación de los viajes de exploración de fines del siglo XIX y principios del siglo XX refuerzan el símbolo de lo remoto dado que se trata del continente de más difícil acceso y que ofrece menos posibilidades de supervivencia. El cruce del Círculo Polar Antártico también se plantea como atractivo en tanto representa la idea de llegar aún “más al sur” (Vereda, 2010). De alguna manera, el continente antártico incita a experimentar las emociones que genera la contemplación de una naturaleza prístina y evoca las vivencias de los primeros exploradores.

Para la construcción de este acápite hemos trabajado en función de los testimonios de dos capitanes de buques de turismo antártico, para conocer cómo ellos definen la navegación en esta región, sus representaciones sobre los sitios de visita y las dificultades que perciben a partir de su experiencia, obteniendo

⁴ Atendiendo a que existen diferentes posturas teóricas sobre el concepto de región, en este caso pensamos la región como construcción mental, que se concreta en la realidad en virtud de los elementos elegidos, de acuerdo con unos objetivos, existiendo tantas posibilidades de regionalización como se puedan justificar en función del objeto de análisis (Molina Ibáñez, 1986; Matteucci, 1998).

aportes muy significativos desde una mirada especialista en relación con el área de estudio. Por otro lado, hemos revisado los planes de viaje proporcionados por las operadoras turísticas en los despachos de las embarcaciones de turismo antártico al momento del zarpe en el puerto de Ushuaia, registrados ante la Prefectura Naval Argentina, autoridad de aplicación nacional, durante las temporadas 2012/2013 y 2013/2014; la información presente en estos documentos se ha complementado con los itinerarios publicados por las operadoras turísticas. Por otra parte, para el abordaje de correspondencias entre áreas se trabajó a partir de tablas de contingencia, utilizando el software SPSS.16.

Durante la primera temporada de análisis se realizaron un total de 197 viajes a la región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur a través del puerto de Ushuaia, distribuidos en 26 embarcaciones. De ese total, 192 viajes correspondieron a 23 embarcaciones que realizaron desembarcos, de los cuales en 172 despachos se ha informado el plan de viaje, es decir, que se cuenta con el 89% de los itinerarios previstos por las operadoras turísticas al momento del zarpe de las embarcaciones.

Para la segunda temporada se realizaron un total de 211 viajes en 29 embarcaciones. De ese total, 204 viajes en 25 embarcaciones efectuaron desembarcos, de los cuales en 163 despachos se ha informado el plan de viaje, contando con el 80% de los itinerarios previstos por las operadoras turísticas al momento del zarpe de las embarcaciones.

Se define a la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur como región desde el punto de vista de las visitas turísticas, reconociendo a su vez distintas áreas conformadas a partir de criterios tales como proximidad geográfica y

concentración de puntos de interés. Las áreas que se distinguen se presentan en la tabla 5.1 y en la figura⁵ 5.12, los atractivos se detallan también en la tabla 5.1 indicando el espacio geográfico donde se encuentran y se señala si cuentan con directrices para sitios que reciben visitantes⁶, la figura 5.13 permite visualizar los atractivos en función de una clasificación.

Las áreas son:

- 1) Islas Orcadas del Sur.
- 2) Isla Elefante e islas adyacentes.
- 3) Islas Shetland del Sur.
- 4) Noreste de la Península Antártica.
(Espacio comprendido entre Islotes Gourdin e Isla Cerro Nevado, contiene el Estrecho Antártico y el Mar del Weddell hacia el Este).
- 5) Noroeste de la Península Antártica.
(Costa Oeste de la Península, coincidente con el Mar de la Flota, entre Islotes Gourdin y Puerto Mikkelsen).
- 6) Centro Oeste de la Península Antártica.
(Entre Puerto Mikkelsen y la Base Brown, comprende prácticamente el Archipiélago de Palmer, con el Estrecho De Gerlache).
- 7) Suroeste de la Península Antártica.

⁵ Todos los mapas de este capítulo se encuentran al final del mismo.

⁶ Las directrices para sitios que reciben visitantes son adoptadas en las Reuniones Consultivas del Tratado Antártico. Éstas se establecen para los sitios más frecuentemente visitados por turistas, incluyen una orientación práctica para los operadores turísticos y los guías sobre la forma de visitar los sitios teniendo en cuenta sus valores ambientales. Las directrices pueden consultarse en www.ats.aq (Sitio Web de la Secretaría del Tratado Antártico).

(Comprende los sectores adyacentes al Canal Lemaire y al Estrecho Penola, entre la Bahía Flandes y la Bahía Beascochea, área del Mar de Bellingshausen).

8) Círculo Polar Antártico

(Se consideran los espacios próximos al paralelo que define el Círculo, aproximadamente desde los 66° 00' S hasta los 68° 11' S, es decir, entre Punta Prospección e Isla Stonington, respectivamente.

A partir del relevamiento realizado se reconocen 80 sitios⁷ que reciben visitantes, cada uno es identificado con el nombre geográfico asignado por Argentina, a través de la División Toponimia del Servicio de Hidrografía Naval^{8,9}. Los nombres geográficos antárticos son elementos de identificación, orientación, localización y navegación, que proporcionan un sistema de referencia esencial para las operaciones logísticas y la investigación científica internacional (Morandi, 2013). El Servicio de Hidrografía Naval ha incorporado casi 3000 nombres geográficos antárticos argentinos en la *Composite Gazetteer of Antarctica*, editada por el *Scientific Committee on Antarctic Research (SCAR)*.

⁷ En el Anexo A2 se presenta un listado de nombres geográficos en idiomas español e inglés.

⁸ El Servicio de Hidrografía Naval dentro de su área de competencia y por Ley Hidrográfica N° 19.922, es un organismo coordinador de nombres geográficos dentro de las zonas de su jurisdicción (Río de la Plata, litoral marítimo, Isla Grande de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur), ya sea de estudio, asignación o de elaboración de informes oficiales sobre nombres geográficos y de fomento de la normalización nacional, y que sigue las recomendaciones de las Conferencias de las Naciones Unidas sobre la Normalización de los Nombres Geográficos (Morandi, 2013).

⁹ Para la construcción de la información que presentamos aquí hemos tomado las equivalencias toponímicas de los sitios de visita presentes en los planes de viaje (en idioma inglés) en el Nomenclador Antártico Argentino (Morandi, 1993) del Servicio de Hidrografía Naval y en el *Composite Gazetteer of Antarctica* (SCAR, 1992 actualizado a 2017).

Área Islas Orcadas del Sur		
Espacio geográfico	Puntos de visita	Directrices
Isla Monroe	Isla Monroe	--
Isla Coronación	Caleta Ripio	Sí
Isla Signy	Base Signy	--
Isla Laurie	Base Orcadas	--

Área Isla Elefante e islas adyacentes		
Espacio geográfico	Puntos de visita	Directrices
Isla Elefante	Cabo Wild	--
Isla Elefante	Cabo Vigilante	--
Isla Gibbs	Isla Gibbs	--

Área Islas Shetland del Sur		
Espacio geográfico	Puntos de visita	Directrices
Isla 25 de Mayo	Punta Turret	Sí
	Base Arctowski	--
	Base Bellingshausen	--
	Base Frei	--
	Base Gran Muralla	--
	Bahía Lasserre	--
Isla Pingüino	Isla Pingüino	Sí
Isla Robert	Punta Robert	--
Islotes Aitcho	Islotes Aitcho	Sí
Isla Greenwich	Puerto Yankee	Sí
Isla Media Luna	Isla Media Luna	Sí
Isla Livingston	Bahía Walker	--
	Punta Hannah	Sí
Isla Decepción	Bahía Telefon	Sí
	Caleta Péndulo	Sí
	Caleta Balleneros	Sí
	Punta Rancho	Sí
	Base Decepción	--

Área Noreste de la Península Antártica		
Espacio geográfico	Puntos de visita	Directrices
Estrecho Antarctic	Islotes Gourdin	--
Estrecho Antarctic	Bahía Esperanza; Base Esperanza	--
Estrecho Antarctic, Isla Joinville	Cabo Kinnes	--
Estrecho Antarctic	Monte Bardas Coloradas	Sí
Golfo Erebus y Terror, Mar de Weddell	Islotes Peligro	--
Golfo Erebus y Terror, Mar de Weddell	Isla Paulet	Sí
Golfo Erebus y Terror, Mar de Weddell	Isla del Diablo	Sí
Golfo Erebus y Terror, Mar de Weddell	Isla Vega	--
Mar de Weddell	Isla Ross	--
Mar de Weddell	Isla Marambio	--
Mar de Weddell	Isla Cerro Nevado	Sí

Área Noroeste de la Península Antártica		
Espacio geográfico	Puntos de visita	Directrices
Isla Astrolabe	Isla Astrolabe	--
Isla Trinidad	Puerto Mikkelsen	Sí
Isla Spert	Isla Spert	--

Área Centro Oeste de la Península Antártica		
Espacio geográfico	Puntos de visita	Directrices
Estrecho De Gerlache	Rocas Hydrurga	--
Estrecho De Gerlache	Caleta Cierva	--
Estrecho De Gerlache	Punta Portal	--
Estrecho De Gerlache	Isla Dos Mogotes	--
Estrecho De Gerlache	Bahía Carlota	--
Estrecho De Gerlache	Puerto Foyn	--
Estrecho De Gerlache	Isla Nansen Norte	--
Bahía Dallmann	Isla Gand	--
Bahía Dallmann	Archipiélago Melchior	--
Bahía Fournier	Bahía Fournier	--

Área Centro Oeste de la Península Antártica		
Estrecho De Gerlache	Isla Útil	--
Estrecho De Gerlache, Canal Errera	Islas Orne	--
Estrecho De Gerlache	Bahía Guillermina	--
Estrecho De Gerlache, Canal Errera	Isla Cuverville	Sí
Estrecho De Gerlache, Isla De Rongé	Cabo Georges	--
Estrecho De Gerlache, Canal Errera	Isla Dedo	Sí
Estrecho De Gerlache, Bahía Andvord	Puerto Neko	Sí
Estrecho De Gerlache, Puerto Paraíso	Caleta Skontorp	--
	Base Brown	--
	Punta Waterboat	--
	Base González Videla	--
	Caleta Leith	--
Canal Neumayer, Isla Wiencke	Islote Goudier/Puerto Lockroy	Sí
	Punta Jougla	Sí
	Punta Damoy, Bahía Dorian	Sí
Estrecho de Bismarck, Isla Amberes	Base Palmer	--
Estrecho de Bismarck	Islas Wauwermans	--

Área Suroeste de la Península Antártica		
Espacio geográfico	Punto de visita	Directrices
Canal Lemaire, Isla Booth	Puerto Charcot	--
Canal Lemaire	Isla Pléneau	Sí
Estrecho Penola	Isla Petermann	Sí
Islas Argentina	Casa Wordie, Isla Invierno	Sí
	Base Vernadsky	--
Islotes Yalour	Islotes Yalour	--

Área Círculo Polar Antártico		
Espacio geográfico	Punto de visita	Directrices
Punta Prospección	Punta Prospección	--
Estrecho Pendleton	Islotes Peces	--

Área Círculo Polar Antártico		
Pasaje Cristal	Pasaje Cristal	--
Bahía Lallemand	Isla Detaille	Sí
Bahía Hanusse	Bahía Hanusse	--
Canal Garganta	Canal Garganta	--
Bahía Margarita	Isla Juanita	--
Fiordo Bourgeois, Bahía Margarita	Isla Herradura	Sí
Fiordo Neny, Bahía Margarita	Isla Stonington	Sí

Tabla 5.1 Áreas de visita de la Península Antártida e Islas Orcadas del Sur. Fuente: elaboración propia.

5.4 Análisis espacial de los viajes antárticos

En función de poder caracterizar la región, se les consultó a los capitanes de buques turísticos antárticos cuándo se sentían realmente en la Antártida, ambos se refirieron a la presencia de hielo como rasgo distintivo, es una manera de reconocer e identificar el continente. De este modo, los capitanes de las embarcaciones definen su imagen de la Antártida en función de la presencia de hielo, de la sensación de desolación y de la tensión que genera la navegación en aguas antárticas:

Cuando de golpe aparece la niebla, las rocas emergiendo, cuando empieza a aparecer alguna dificultad en la navegación, ahí es donde siento que estoy ya llegando, y eso se da indefectiblemente en alguno de los estrechos de las Shetland. (...) es un paisaje que lo asocio mucho a la aventura, la dificultad en la navegación, pero básicamente desolación, soledad... y también veo que hay dos áreas muy distintas. Una es el Weddell y otra es donde hacemos el grueso del turismo antártico, que es desde las Shetland a la Península, pero del lado occidental. (Entrevista C2).

(...) una vez que el agua ya entró en 2° C, más que por agua antártica lo tomo por agua por el hielo, para nosotros pasa por la seguridad, entonces la directiva al puente de mando es: entramos en zona de hielo, porque está a 2° C puede haber un témpano chiquito, grande, mediano, lo que fuese, entonces ya entramos en otra tensión (...) entramos a zona de hielo y eso hace que estés en alta tensión: hay que prestar atención a los radares, se reduce la visibilidad, hay que prestar más atención todavía. Entonces, el concepto de cuándo entro a la Antártida empieza y de hecho tenemos una alarma en la máquina que nos da la temperatura, cuando la alarma suena ya está a 2° C y ya nos avisa, a partir de ahí atención ya estamos en zona de hielo. (Entrevista C1).

Los capitanes definen la Antártida como espacio remoto, en general a partir de la navegación, y tomando en consideración los siguientes puntos:

- Distancia de principales lugares que puedan brindar asistencia en caso de requerirla. Principalmente, la condición de aislamiento mediante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake, que no es sencillo y lleva 36 horas de navegación. Se percibe una sensación de soledad que un capitán manifiesta de la siguiente manera:

(...) todo lo que en otro lado sería sencillo, acá te puede llevar mucho tiempo, tenemos una patrulla antártica los meses de verano, donde tendrías una asistencia, pero qué pasa, la patrulla antártica¹⁰ es un barco y vos por ahí estás a 20 ó 24 horas de distancia, entonces la asistencia no es inmediata

¹⁰ Se refiere a la Patrulla Naval Combinada (PANC), una iniciativa que llevan adelante las Armadas de Argentina y Chile, aportando cada una un buque que se va rotando mensualmente para patrullar la región que definimos en este capítulo.

y es complicado, porque la distancia lo hace complejo, el clima lo hace complejo. Vos sumás todo eso y te da la sensación de aislamiento. Nosotros ahora estamos solos, somos el último buque de pasaje cerrando, la base ucraniana a los últimos que vieron es a nosotros hasta la temporada que viene. Esa es la sensación de aislamiento, de estar solo. Por ahí en la temporada más pico hay más barcos y te vas viendo. (Entrevista C1).

- Se trata de un continente de 14 millones de kilómetros cuadrados sin asentamientos humanos más allá de las bases o estaciones científicas.
- Falta de cartografía actualizada para la navegación. “No se puede confiar en el GPS¹¹ en la navegación antártica, además de poseer un sistema de referencia diferente a la mayoría de las cartas náuticas” (entrevista C2).
- Necesidad de identificar accidentes geográficos “visualmente en la Antártida, uno realmente sigue usando el ojo” (entrevista C2).
- Condiciones meteorológicas adversas:

Ayer por ejemplo nosotros vivimos un temporal, en principio no llegaba a categoría de temporal y bueno, el límite lo marca la naturaleza y está clarísimo, no podés hacer nada y tenés que dar la vuelta, fue lo que hicimos ayer. Quizás eso también marque distancias de lo que el hombre puede hacer, si no me adapto y comparto no sobrevivo, es un concepto que no está tan arraigado porque la tecnología está tan avanzada que te hace llegar y cumplir tu programa, entonces acá no, la naturaleza marca el límite. (Entrevista C1).

¹¹ Sistema de Posicionamiento Global o conocido por su sigla en inglés como *Global Positioning System*.

También se les preguntó qué puntos del paisaje les sirven de guía en la navegación. Al respecto, señalaron que cuentan con varias referencias, balizamientos de la década del '50, algunas son balizas ciegas y otras más modernas con luz solar que están ubicadas estratégicamente. Accidentes libres de hielo, aportan una referencia visual en base al color “[...] una ladera de montaña que no se congela nunca siempre está negra y te da una referencia, algún islote que tampoco se termina de cerrar con nieve entonces se distingue bien en ese campo blanco, salientes que dan entradas de canal que las vas viendo” (C2). Puntualizan la importancia de la experiencia acumulada para la lectura visual, especialmente cuando se navega con visibilidad reducida “[...] te da un plus más de tranquilidad que es que estás donde tenés que estar” (C2).

En relación con las dificultades de navegación en la Antártida con buques turísticos los capitanes coinciden en señalar que la gran dificultad radica en la cartografía. La cartografía en general es antigua, la mayoría corresponde a la década del '50, '60 y hasta el '80, algunas más nuevas corresponden a los '90. Si bien el GPS revolucionó la navegación, además, hizo que repentinamente gran parte de la cartografía del mundo quedase desactualizada por un problema de referencias. Otra dificultad es que en el contexto antártico es necesario identificar costas y accidentes geográficos, que en el resto de los lugares donde navegan habitualmente no es tan importante. Se hace visualmente, se usan métodos antiguos como acimuts, ángulos visuales y se identifica en el radar lo que es costa de lo que es hielo. Las costas se modifican en función del hielo, a veces en días, además hay que esquivar formaciones de hielo importantes y no se sabe hasta dónde se puede alejar de las derrotas que ya ha navegado. En general, todos esos factores hacen que la navegación sea compleja en la

Antártida. Los capitanes y los oficiales, independientemente de la experiencia que acrediten siempre están sometidos a la tensión del posible error.

Distribución de las visitas turísticas por áreas

Para el análisis de la distribución de visitas se consideró la temporada 2013/2014, por presentar prácticamente las mismas características que la temporada anterior. Se observa que las áreas más visitadas de la región corresponden a Islas Shetland del Sur y Centro Oeste de la Península, concentrando, en ambos casos, el 96 % de los viajes; seguidas por el área Suroeste de la Península con un 71 % y por el área Noreste con un 36 %. Como áreas menos frecuentadas se encuentran Islas Orcadas del Sur, Isla Elefante e islas adyacentes y Círculo Polar Antártico (ver figuras 5.3 y 5.12).

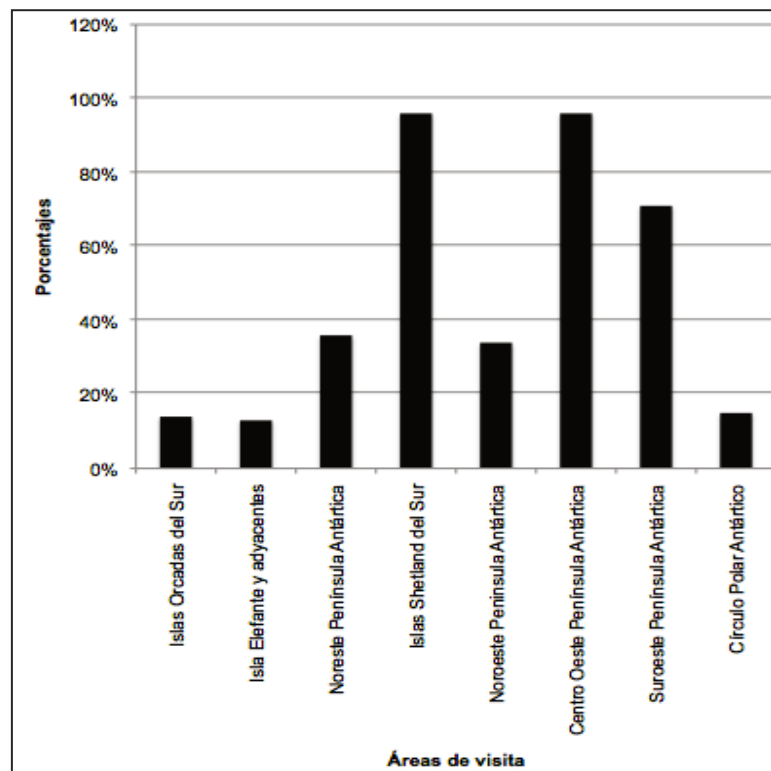


Figura 5.3 Frecuentación turística en las distintas áreas. Fuente: elaboración propia.

Área Islas Orcadas del Sur

Para el caso del área Islas Orcadas del Sur, se observa que la Base Orcadas en la Isla Laurie y Caleta Ripio han sido los puntos más visitados, seguidos por la Base Signy e Isla Monroe. No obstante, 9 viajes se produjeron al área sin detallar el punto de visita a realizar (figuras 5.4 y 5.14). La inclusión de esta área en los itinerarios se relaciona con viajes que, en general, visitan otros destinos ubicados más al Norte en el Océano Atlántico (Islas Georgias del Sur e Islas Malvinas) y luego recorren, particularmente, las áreas Islas Shetland del Sur y Noreste de la Península Antártica, realizando visitas, también, al área Centro Oeste (tabla 5.2). Esta área cuenta con Directrices para un sitio que recibe visitantes, Caleta Ripio.

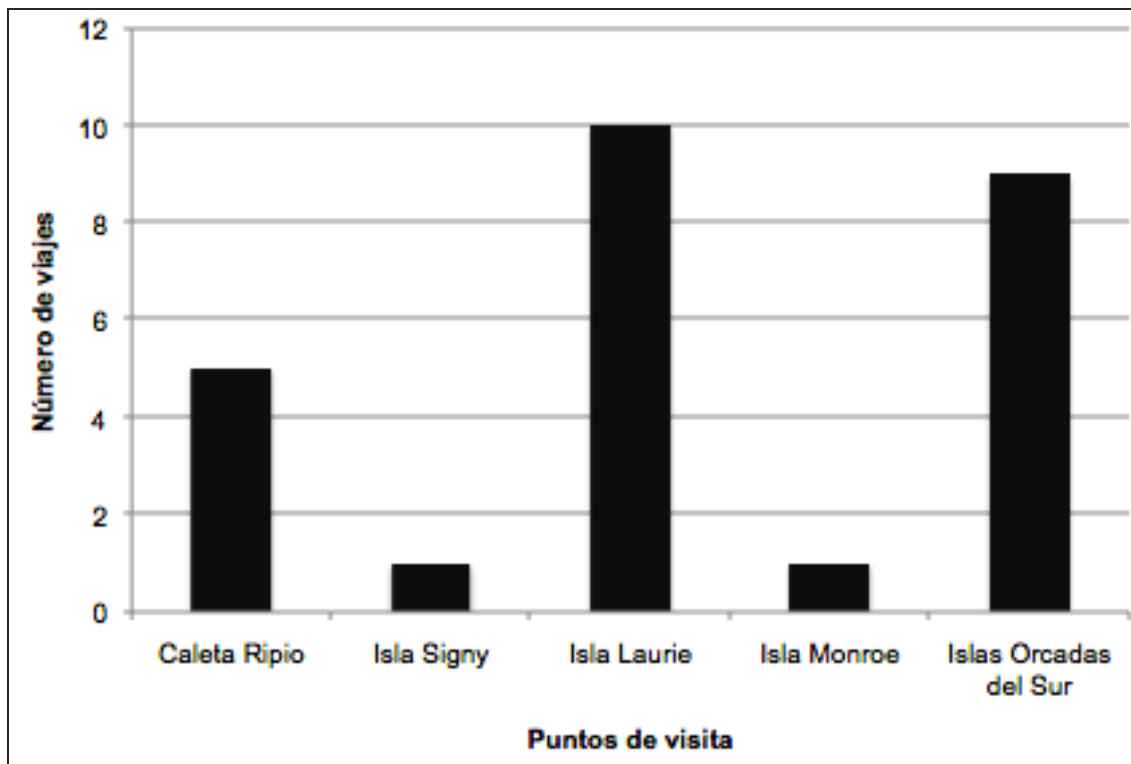


Figura 5.4 Frecuentación en puntos de visita del área Islas Orcadas del Sur. Fuente: elaboración propia.

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Isla Elefante e islas adyacentes	6 viajes
Área Islas Shetland del Sur	22 viajes
Área Noreste de la Península	22 viajes
Área Noroeste de la Península	7 viajes
Área Centro Oeste de la Península	21 viajes
Área Suroeste de la Península	5 viajes
Área Círculo Polar Antártico	4 viajes

Tabla 5.2 Correspondencia de viajes del área Islas Orcadas del Sur con las otras áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

Área Isla Elefante e islas adyacentes

El punto de visita más destacado de esta área corresponde a Cabo Wild, mencionado en 14 planes de viaje, en tanto que el Cabo Vigilante e Isla Gibbs fueron nombrados en 2 oportunidades cada uno. Sin embargo, 7 planes se refirieron a la Isla Elefante sin indicar puntos precisos de visita (figuras 5.5 y 5.15). Como puede observarse en la tabla 5.3, la mayoría de los viajes hacia esta área se articularon con Islas Shetland del Sur, Centro Oeste y Noreste de la Península. Ningún punto de visita cuenta con Directrices para sitios que reciben visitantes.

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Islas Orcadas del Sur	6 viajes
Área Islas Shetland del Sur	20 viajes
Área Noreste de la Península	16 viajes
Área Noroeste de la Península	7 viajes
Área Centro Oeste de la Península	18 viajes
Área Suroeste de la Península	9 viajes
Área Círculo Polar Antártico	0 viaje

Tabla 5.3 Correspondencia de viajes del área Isla Elefante e islas adyacentes con las otras áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

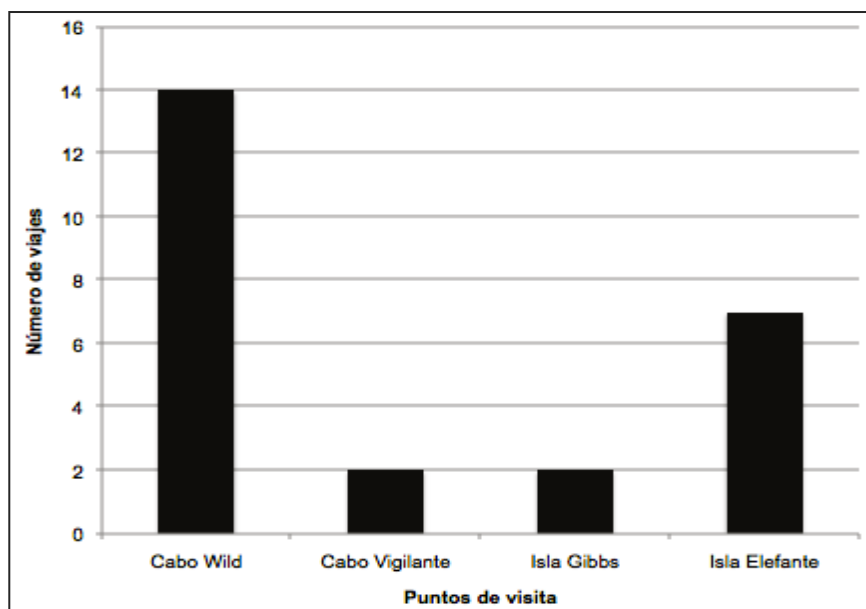


Figura 5.5 Frecuentación en puntos de visita del área Isla Elefante e islas adyacentes. Fuente: elaboración propia.

Área Islas Shetland del Sur

Junto con el área Centro Oeste, se trata de las áreas con mayor frecuentación, presentando además varios puntos de visita que totalizan 17, como puede apreciarse claramente en las figuras 5.6 y 5.16. Caleta Balleneros en Isla Decepción fue mencionada en 109 planes de viaje, alcanzando el número más alto para esta área. Isla Media Luna sigue en el orden de visita. Esta área presenta una fuerte articulación con todas las demás, indicando que prácticamente se incluye algún punto de visita en la totalidad de los viajes (ver tabla 5.4). De todos los puntos de visita identificados, 10 de ellos cuentan con Directrices para sitios que reciben visitantes: Punta Turret, Isla Pingüino, Islotes Aitcho, Puerto Yankee, Isla Media Luna, Punta Hannah, Bahía Telefon, Caleta Balleneros, Caleta Péndulo y Punta Rancho, coincidiendo con los puntos más visitados.

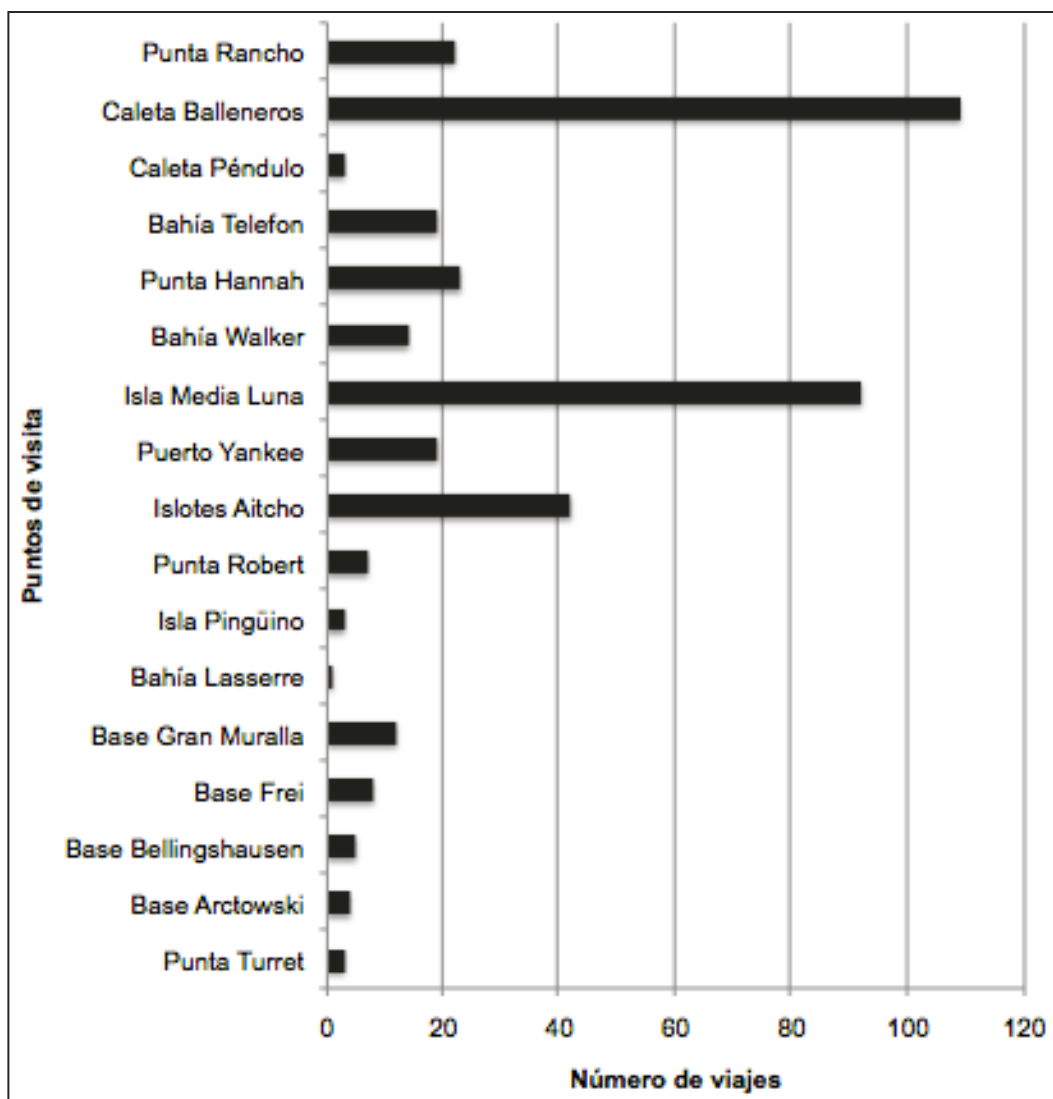


Figura 5.6 Frecuentación en puntos de visita del área Islas Shetland del Sur. Fuente: elaboración propia.

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Islas Orcadas del Sur	22 viajes
Área Isla Elefante e islas adyacentes	20 viajes
Área Noreste de la Península	56 viajes
Área Noroeste de la Península	52 viajes
Área Centro Oeste de la Península	149 viajes
Área Suroeste de la Península	111 viajes
Área Círculo Polar Antártico	23 viajes

Tabla 5.4 Correspondencia de viajes del área Islas Shetland del Sur con las otras áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

Área Noreste de la Península Antártica

El área Noreste presenta 11 puntos de interés, siendo los más visitados Monte Bardas Coloradas con 46 viajes, seguido por la Isla Paulet con 33 (figuras 5.7 y 5.17). Las áreas que demuestran una fuerte correspondencia con ésta son Islas Shetland del Sur y Centro Oeste de la Península (tabla 5.5). En esta área son 4 los puntos de visita que poseen Directrices para sitios que reciben visitantes: Monte Bardas Coloradas, Isla Paulet, Isla del Diablo e Isla Cerro Nevado.

Para uno de los capitanes entrevistados, el área reviste un interés particular:

El lugar que más me atrae es el Weddell, en realidad, y el Weddell para mí es desolación, una profunda desolación, sí. Más que todo por el campo de hielo y porque no hay actividad, así como en las Shetland y el sector occidental de la Península uno puede asociarlo a la presencia humana, a bases, aunque en condiciones difíciles; pero el Weddell es invivible. A mí lo que más me atrae de la Antártida es el Weddell. Como paisaje lo definiría como desolación, no en el sentido negativo del término sino como una desolación atractiva. (Entrevista C2).

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Islas Orcadas del Sur	22 viajes
Área Isla Elefante e islas adyacentes	16 viajes
Área Islas Shetland del Sur	56 viajes
Área Noroeste de la Península	16 viajes
Área Centro Oeste de la Península	52 viajes
Área Suroeste de la Península	30 viajes
Área Círculo Polar Antártico	5 viajes

Tabla 5.5 Correspondencia de viajes del área Noreste de la Península Antártica con las otras áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

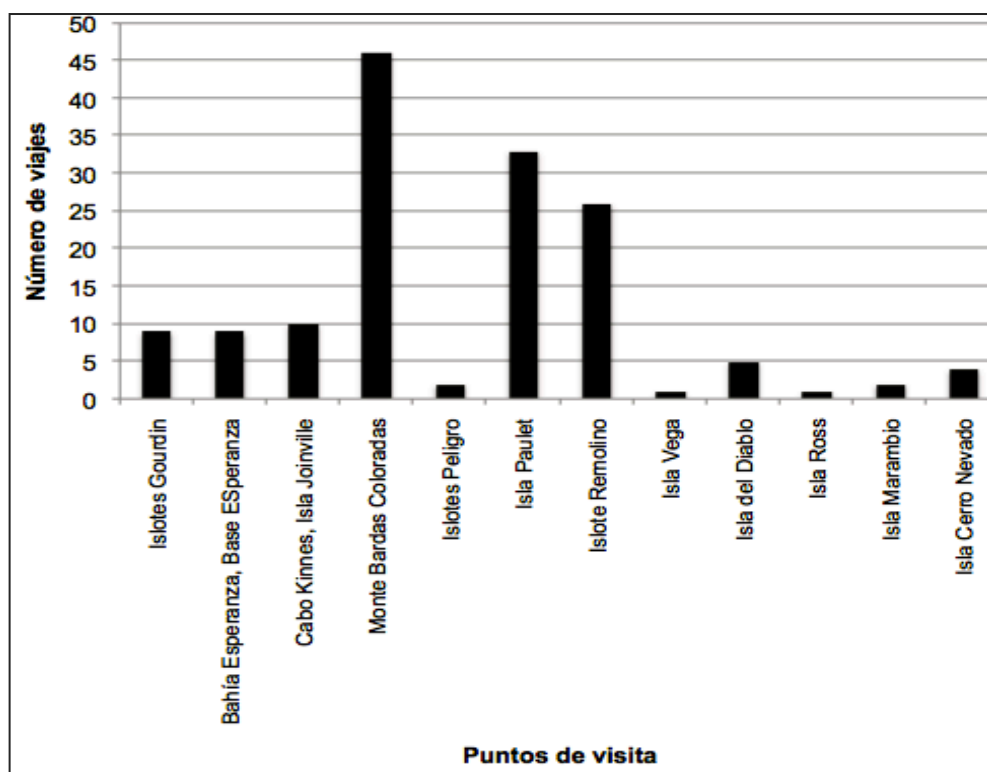


Figura 5.7 Frecuentación en puntos de visita del área Noreste de la Península Antártica. Fuente: elaboración propia.

Área Noroeste de la Península Antártica

El área Noroeste de la Península es la menos frecuentada, contando únicamente con tres puntos de visita para la temporada de análisis, Puerto Mikkelsen, Isla Astrolabe e Isla Spert, presentando 50, 8 y 2 visitas respectivamente (figuras 5.8 y 5.18). No obstante, cabe señalar que las visitas a Puerto Mikkelsen se encuentran generalmente asociadas a Caleta Cierva y Rocas Hydrurga que, a los fines de este trabajo, forman parte del área Centro Oeste de la Península. El área articula más significativamente con los viajes a las áreas Islas Shetland del Sur, Centro Oeste y Suroeste de la Península Antártica (ver tabla 5.6). Esta área cuenta con Directrices para un sitio que recibe visitantes, en el sector de Puerto Mikkelsen.

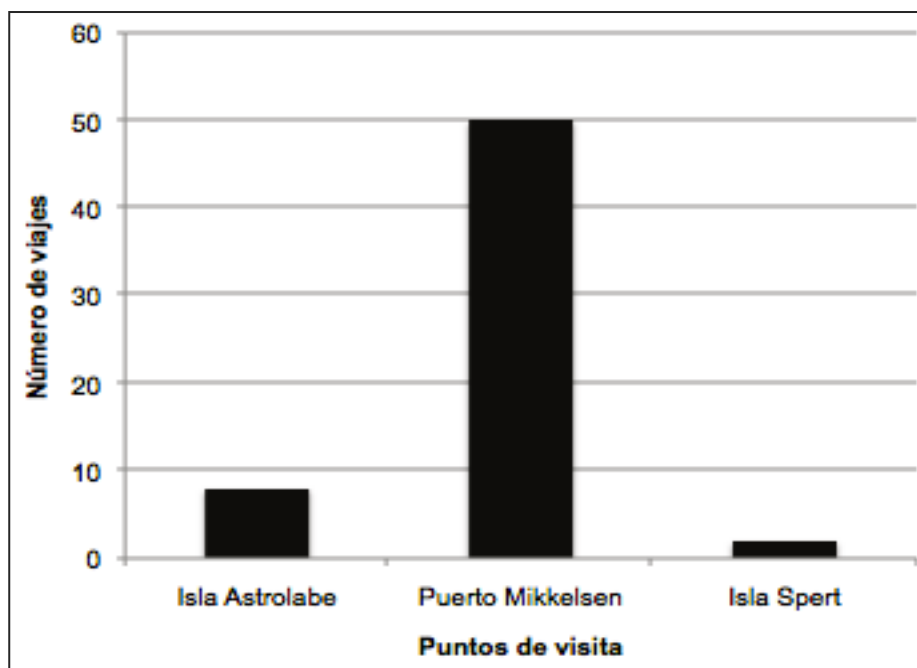


Figura 5.8 Frecuentación en puntos de visita del área Noroeste de la Península Antártica. Fuente: elaboración propia.

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Islas Orcadas del Sur	7 viajes
Área Isla Elefante e islas adyacentes	7 viajes
Área Islas Shetland del Sur	52 viajes
Área Noreste de la Península	16 viajes
Área Centro Oeste de la Península	56 viajes
Área Suroeste de la Península	36 viajes
Área Círculo Polar Antártico	3 viajes

Tabla 5.6 Correspondencia de viajes del área Noroeste de la Península Antártica con las otras áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

Área Centro Oeste de la Península Antártica

Se trata de una de las áreas con mayor frecuentación. Presenta el punto más visitado, con 110 viajes para Base Brown y Caleta Skontorp, seguido de Puerto Paraíso e Isla Goudier/Puerto Lockroy, Punta Jougla y además contiene la mayor cantidad de sitios mencionados en los planes de viaje para la visita turística,

distinguiendo 27 puntos. Otro punto que posee un número importante de visitas es Puerto Neko y la Isla Cuverville (figuras 5.9 y 5.19). Asimismo, esta área presenta una significativa articulación con las otras áreas de visita (tabla 5.7). De todos los puntos de visita identificados para esta área, solamente 6 cuentan con Directrices para sitios que reciben visitantes: Isla Cuverville, Isla Dedo, Puerto Neko, Islote Goudier/Puerto Lockroy, Punta Jougla y Punta Damoy.

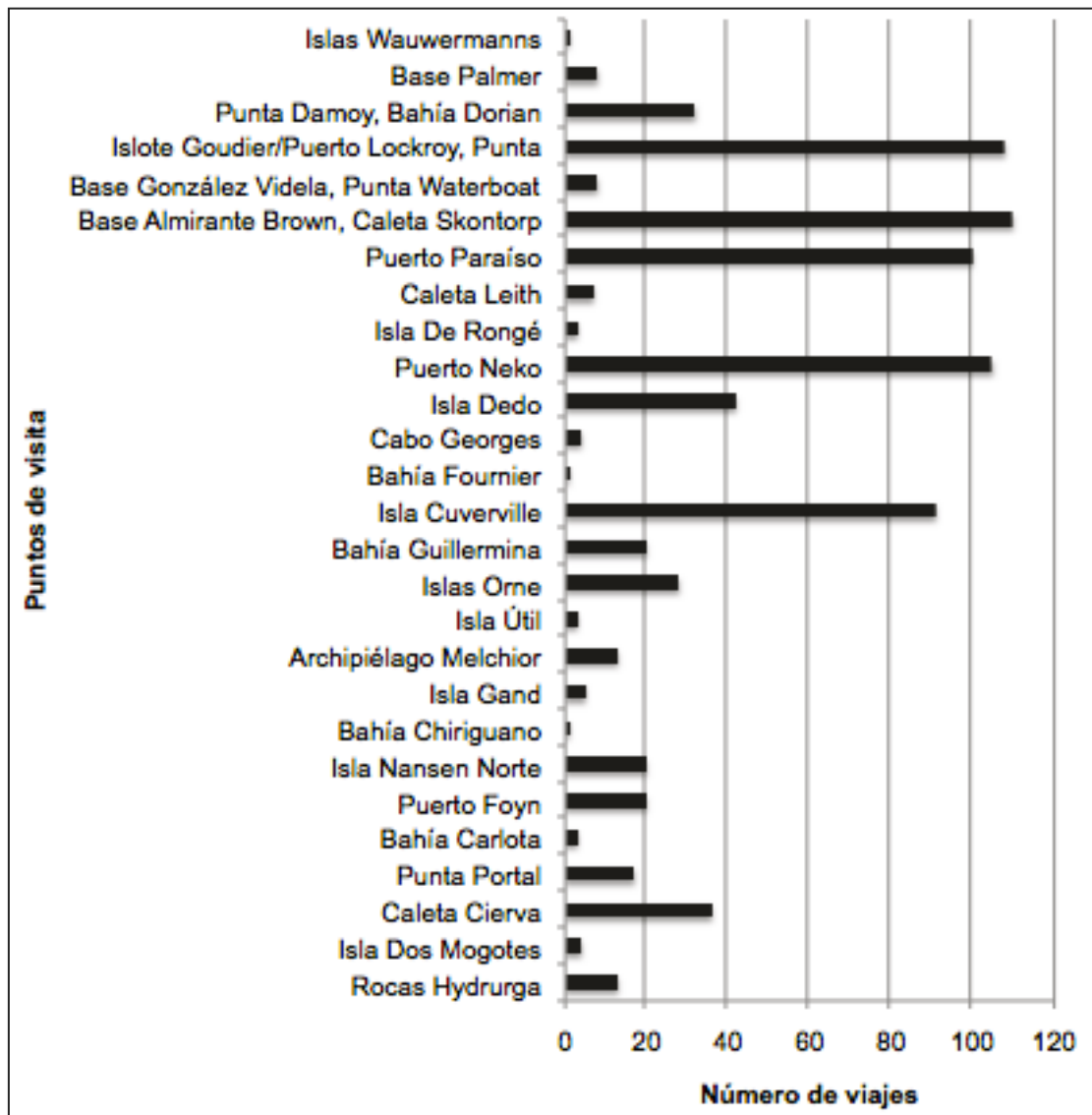


Figura 5.9 Frecuentación en puntos de visita del área Centro Oeste de la Península Antártica. Fuente: elaboración propia.

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Islas Orcadas del Sur	21 viajes
Área Isla Elefante e islas adyacentes	18 viajes
Área Islas Shetland del Sur	149 viajes
Área Noreste de la Península	52 viajes
Área Noroeste de la Península	56 viajes
Área Suroeste de la Península	115 viajes
Área Círculo Polar Antártico	23 viajes

Tabla 5.7 Correspondencia de viajes del área Centro Oeste de la Península Antártica con las otras áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

Área Suroeste de la Península Antártica

Los sitios de esta área se distribuyen en los espacios próximos al Canal Lemaire y Estrecho Penola, constituyendo 6 puntos de visita, de los cuales la Isla Petermann y la Isla Pléneau son los que presentan mayor frecuentación, con 86 y 74 viajes respectivamente (figuras 5.10 y 5.20). Como ya se ha podido observar en las áreas anteriores su articulación mayor es con las áreas Centro Oeste de la Península e Islas Shetland del Sur (tabla 5.8). Son 4 los puntos de visita que cuentan con Directrices para sitios que reciben visitantes: Isla Pléneau, Isla Petermann, Casa Wordie y Puerto Charcot.

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Islas Orcadas del Sur	5 viajes
Área Isla Elefante e islas adyacentes	9 viajes
Área Islas Shetland del Sur	111 viajes
Área Noreste de la Península	30 viajes
Área Noroeste de la Península	36 viajes
Área Centro Oeste de la Península	115 viajes
Área Círculo Polar Antártico	21 viajes

Tabla 5.8 Correspondencia de viajes del área Suroeste de la Península Antártica con las otras áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

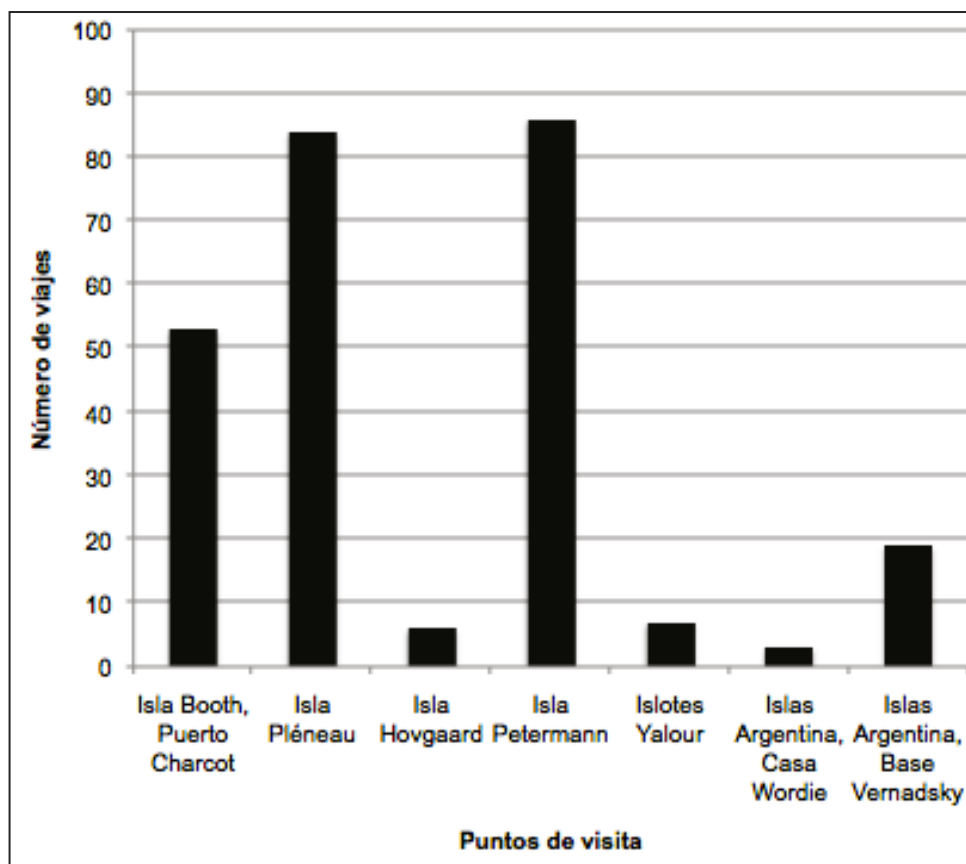


Figura 5.10 Frecuentación en puntos de visita del área Suroeste de la Península Antártica. Fuente: elaboración propia.

Área Círculo Polar Antártico

En el transcurso de los últimos años se ha ido incorporando la navegación más al Sur, incluyendo espacios cercanos al Círculo Polar Antártico. En este sentido, para la temporada de análisis, se identificaron 9 puntos para la visita turística mencionados en los planes de viaje. El punto más visitado ha sido la Isla Detaille con 19 viajes, seguido por Islotes Peces e Isla Herradura (figuras 5.11 y 5.21). Su articulación con otras áreas de visita es más significativa en relación con aquéllas que presentan una mayor frecuentación, es decir, con las áreas Islas Shetland del Sur, Centro Oeste y Suroeste de la Península Antártica (tabla 5.9). Para esta área, 3 puntos de visita poseen Directrices para sitios que reciben visitantes: Isla Detaille, Isla Herradura e Isla Stonington.

No obstante, para los capitanes es una zona de cierto riesgo para la navegación. Particularmente, al entrevistado C2 le llama la atención que la Isla Detaille sea el lugar más visitado porque es una zona difícil para navegar, con presencia de bajo fondos. Para el entrevistado C1 se trata de un tema comercial porque no se visita un paisaje distinto, sino que el significado es cruzar una línea imaginaria, la latitud del Círculo Polar. Vereda (2010) señala que es una forma de “objetivar” el símbolo de haber llegado más al Sur.

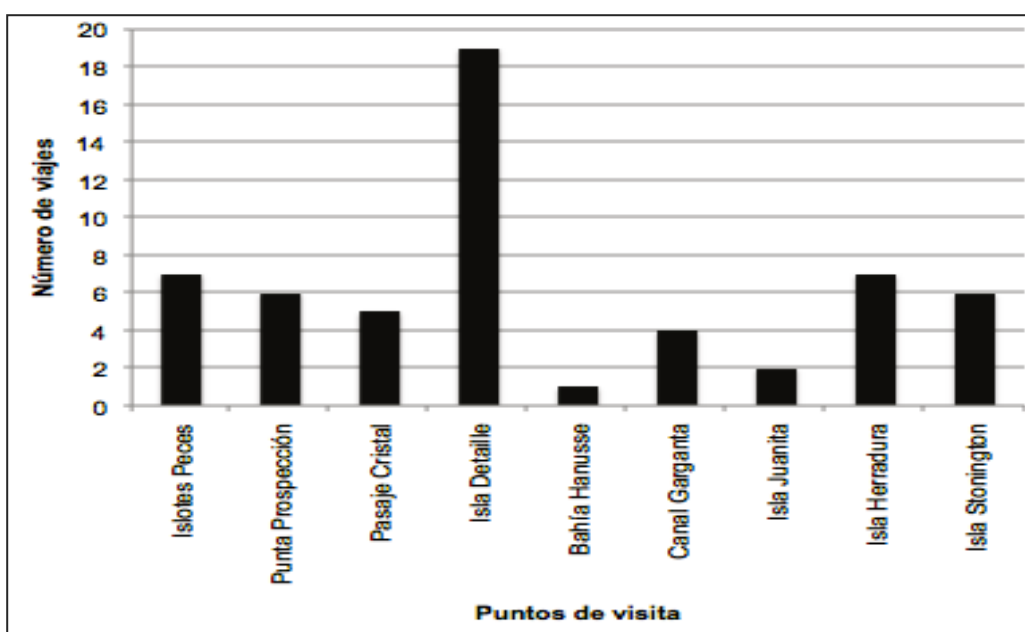


Figura 5.11 Frecuentación en puntos de visita del área Círculo Polar Antártico. Fuente: elaboración propia.

Áreas de visita	Correspondencia de viajes
Área Islas Orcadas del Sur	4 viajes
Área Isla Elefante e islas adyacentes	0 viaje
Área Islas Shetland del Sur	23 viajes
Área Noreste de la Península	5 viajes
Área Noroeste de la Península	3 viajes
Área Centro Oeste de la Península	23 viajes
Área Suroeste de la Península	21 viajes

Tabla 5.9 Correspondencia de viajes del área Círculo Polar Antártico con las otras áreas. Fuente: elaboración propia.

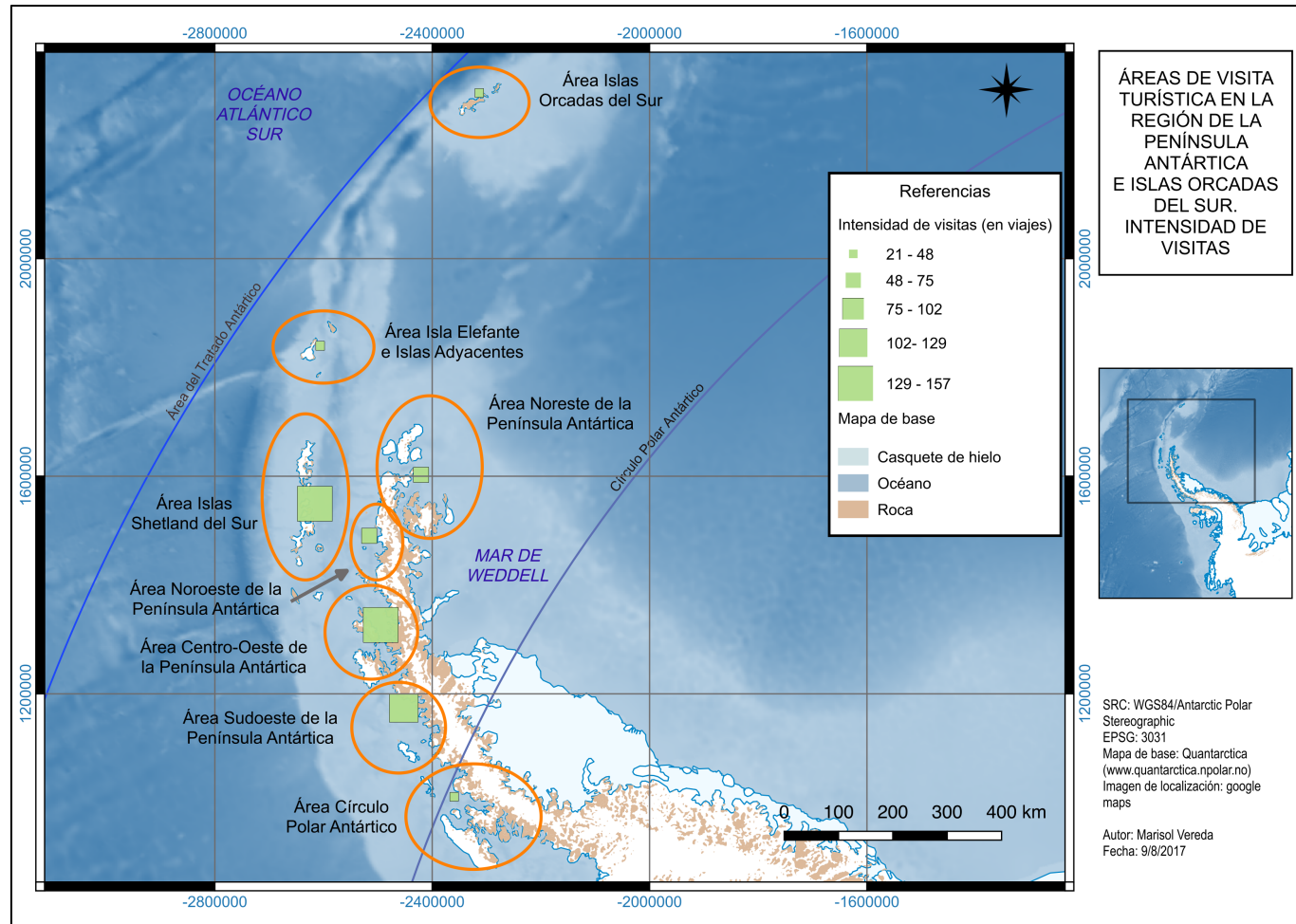


Figura 5.12 Áreas de interés turístico en la región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur

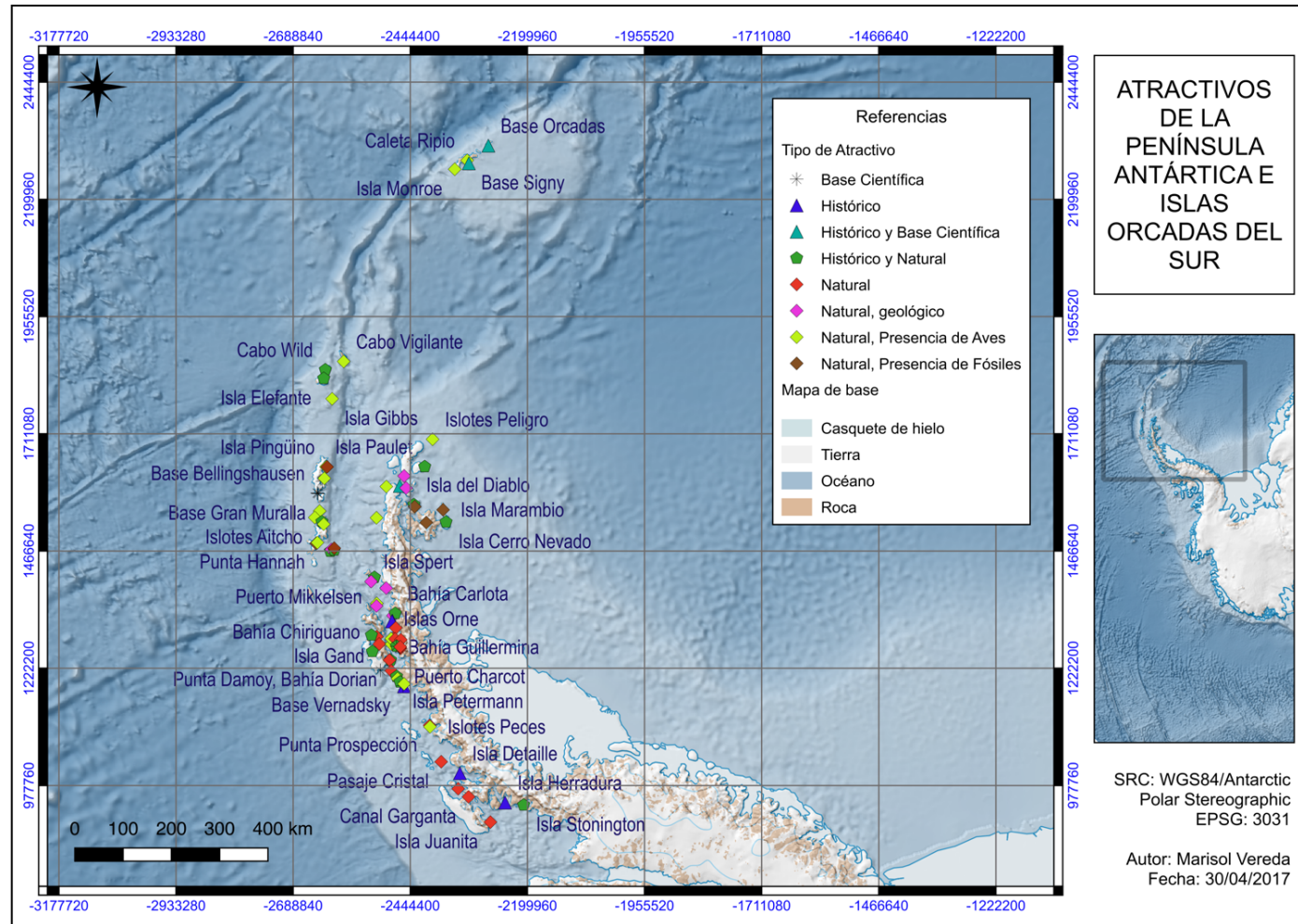


Figura 5.13 Atractivos en la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur

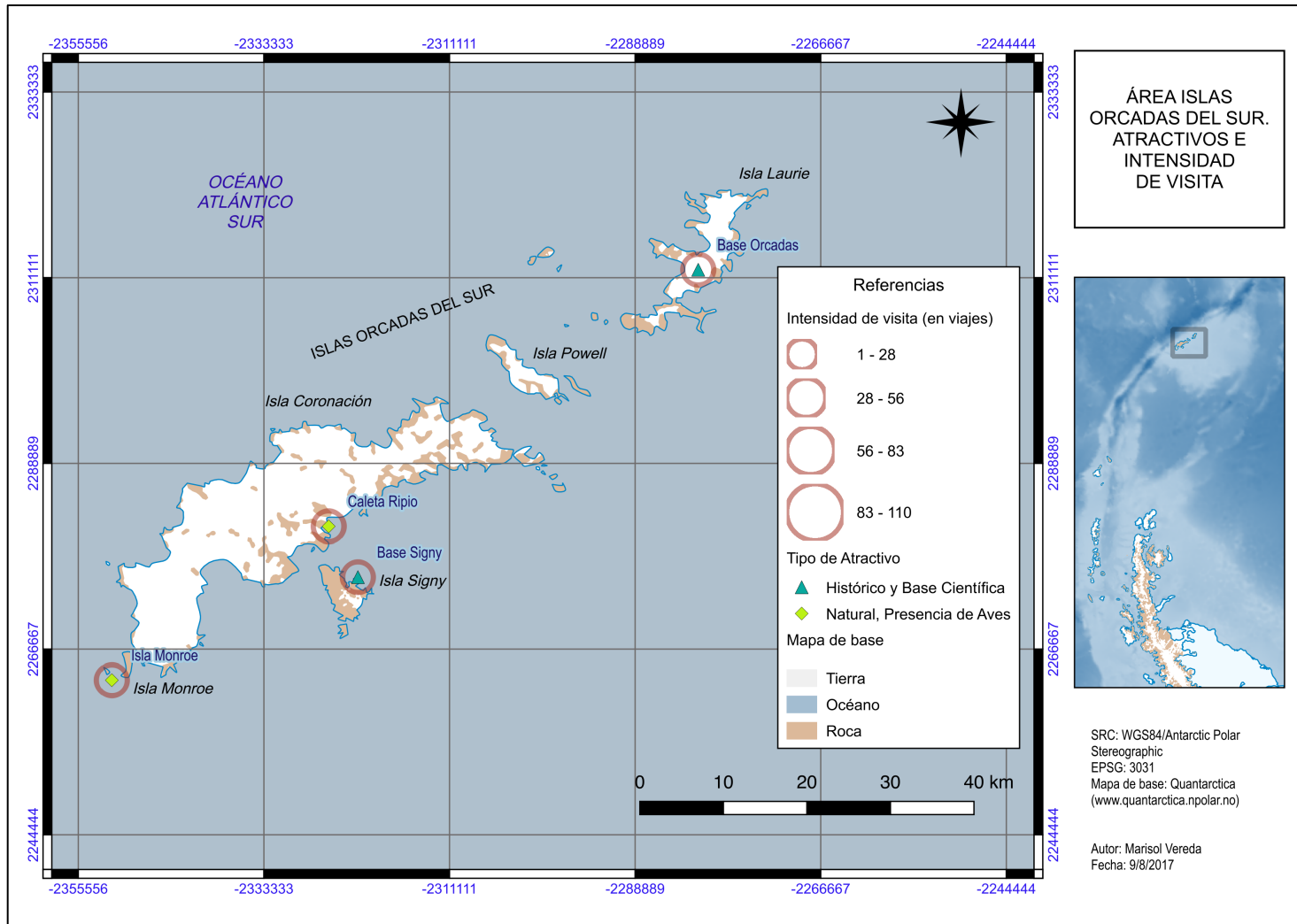


Figura 5.14 Área Islas Orcadas del Sur

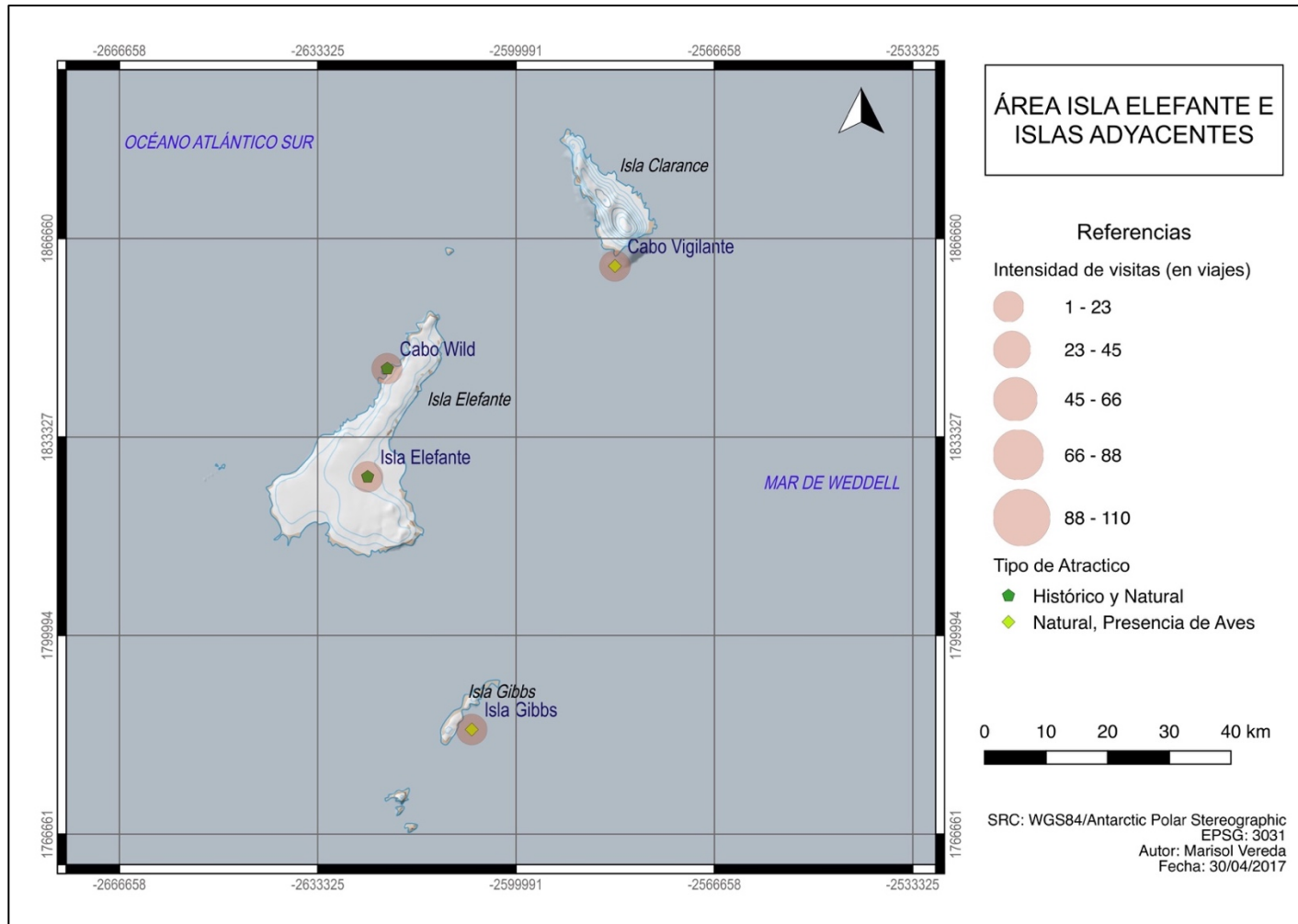


Figura 5.15 Área Isla Elefante e Islas Adyacentes

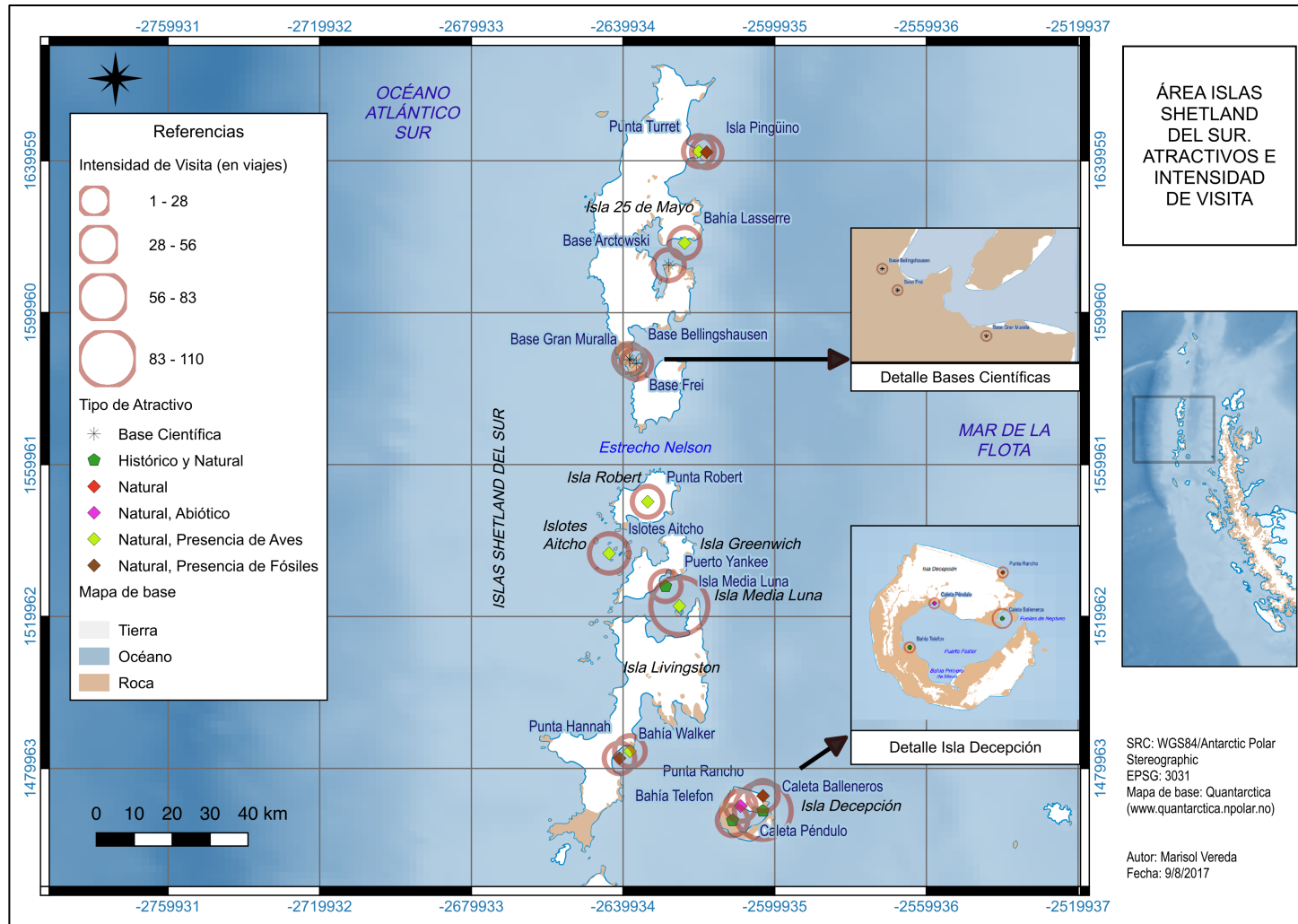


Figura 5.16 Área Islas Shetland del Sur

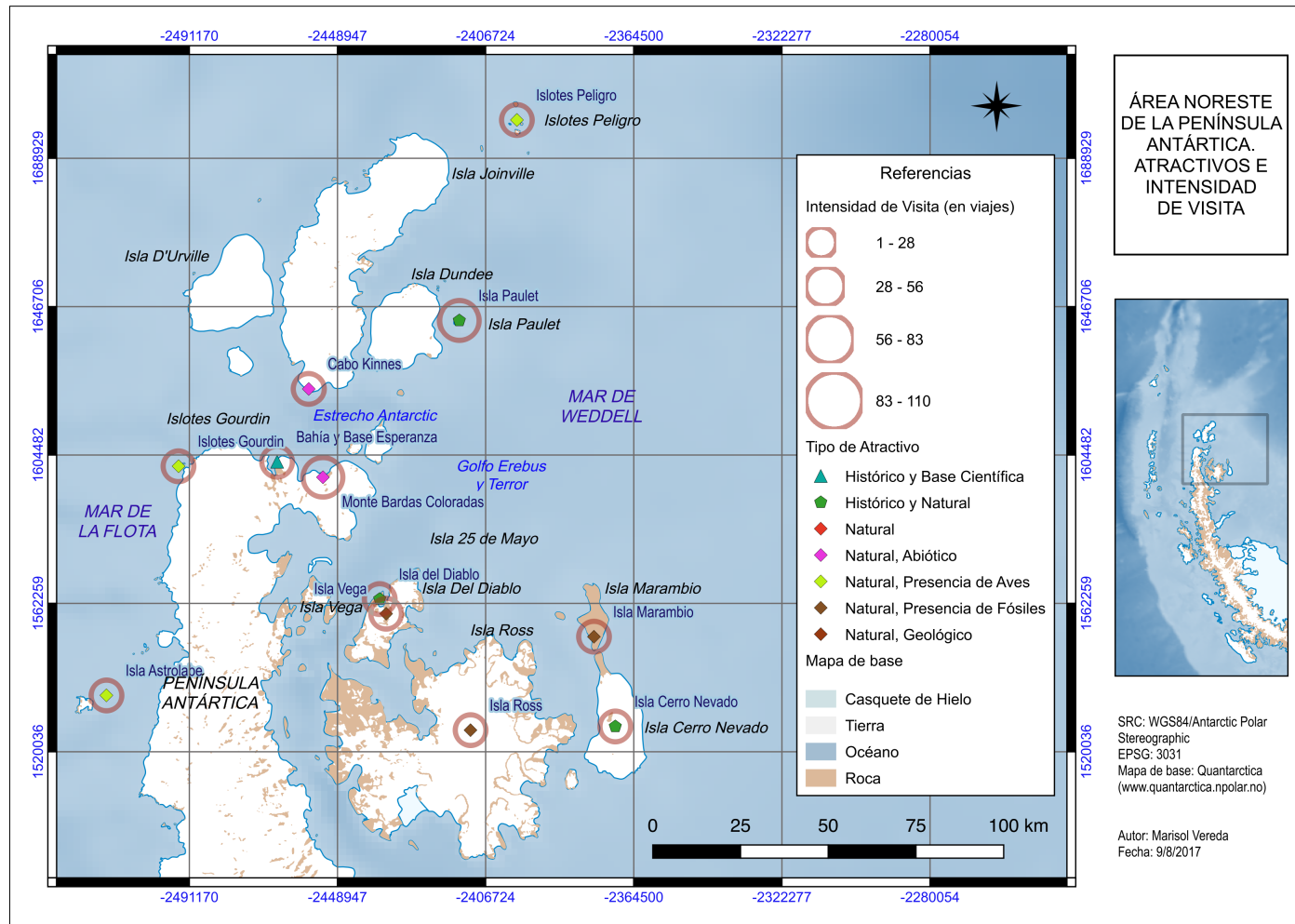


Figura 5.17 Área Noreste de la Península Antártica

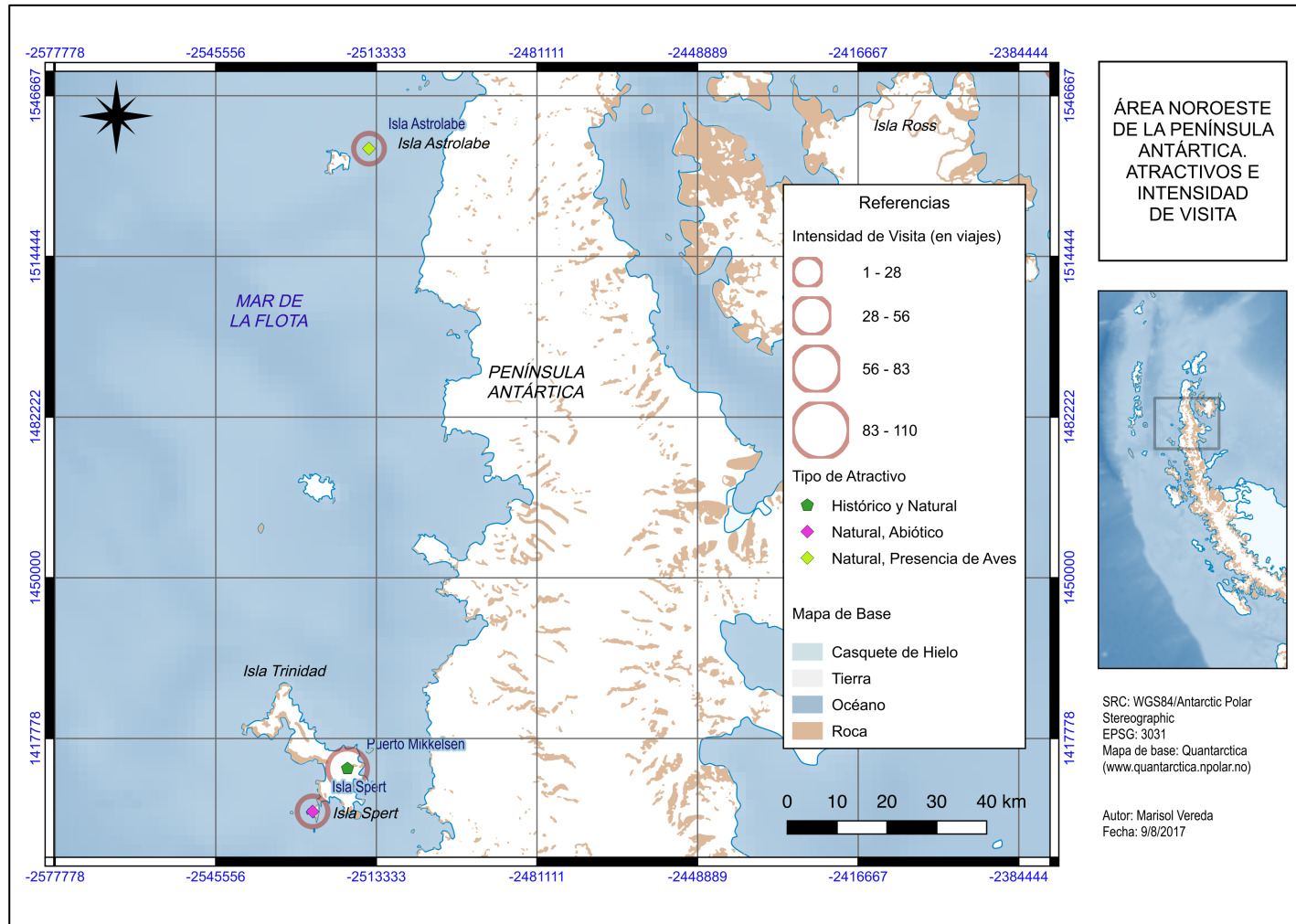


Figura 5.18 Área Noroeste de la Península Antártica

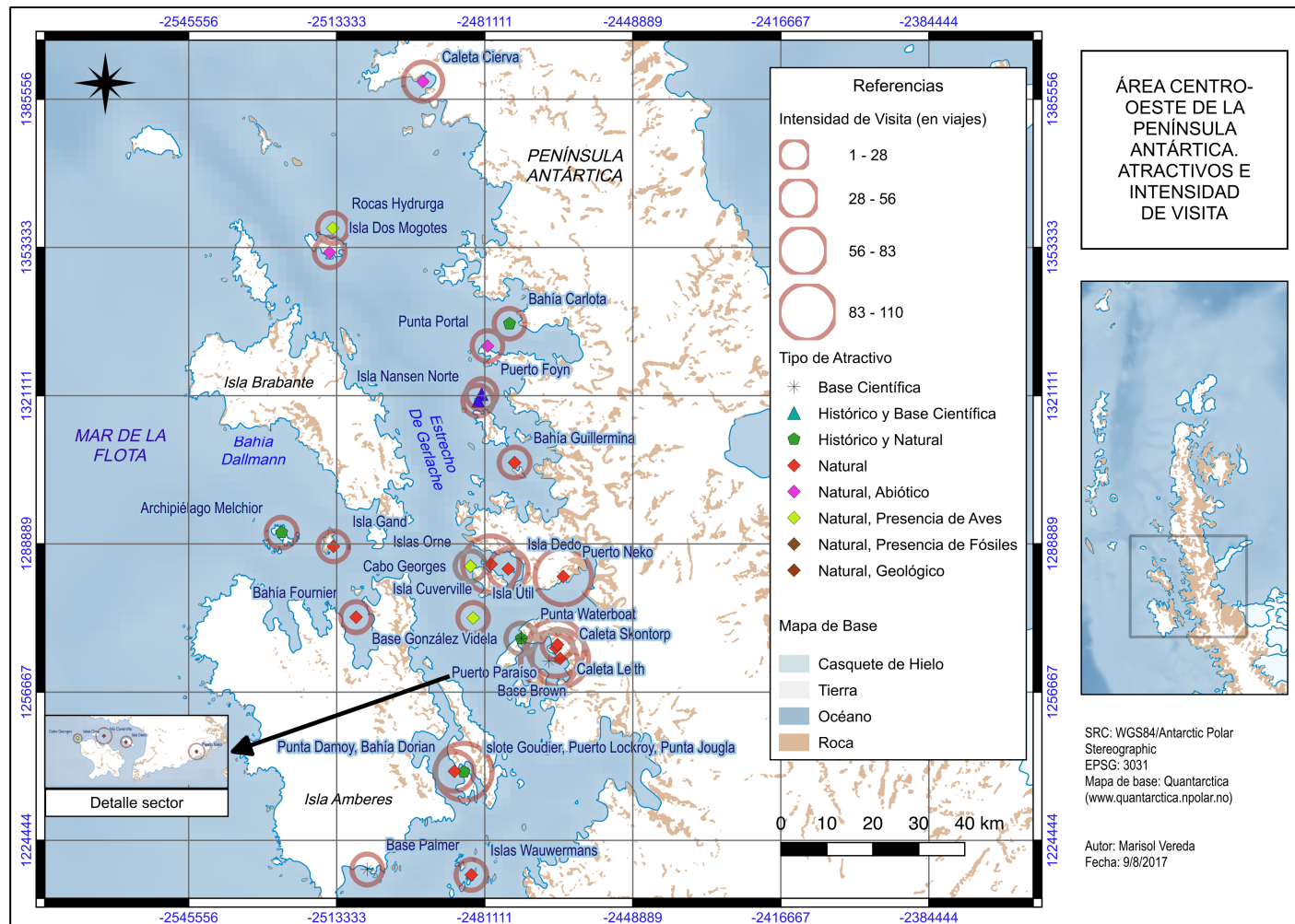


Figura 5.19 Área Centro Oeste de la Península Antártica

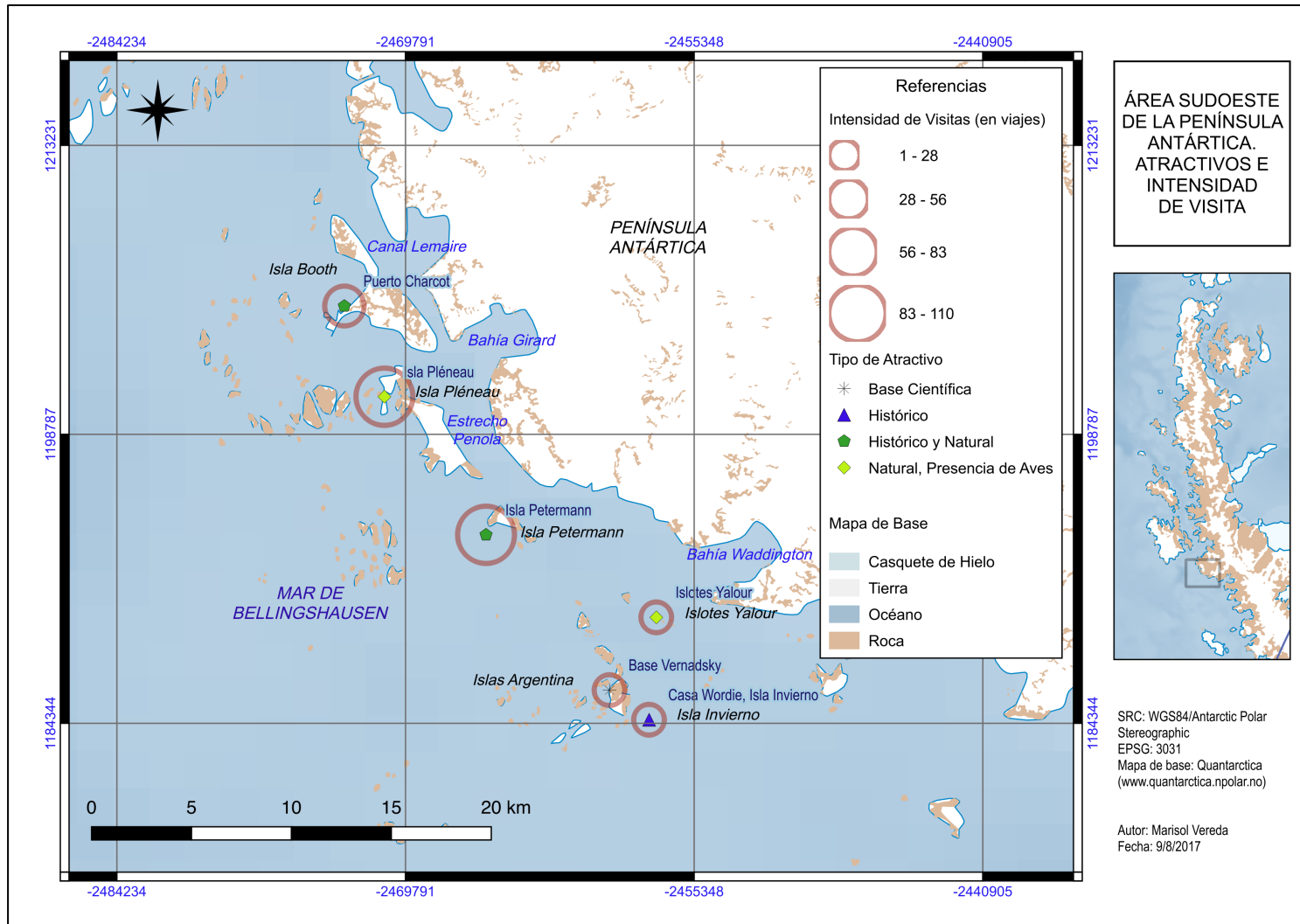


Figura 5.20 Área Suroeste de la Península Antártica

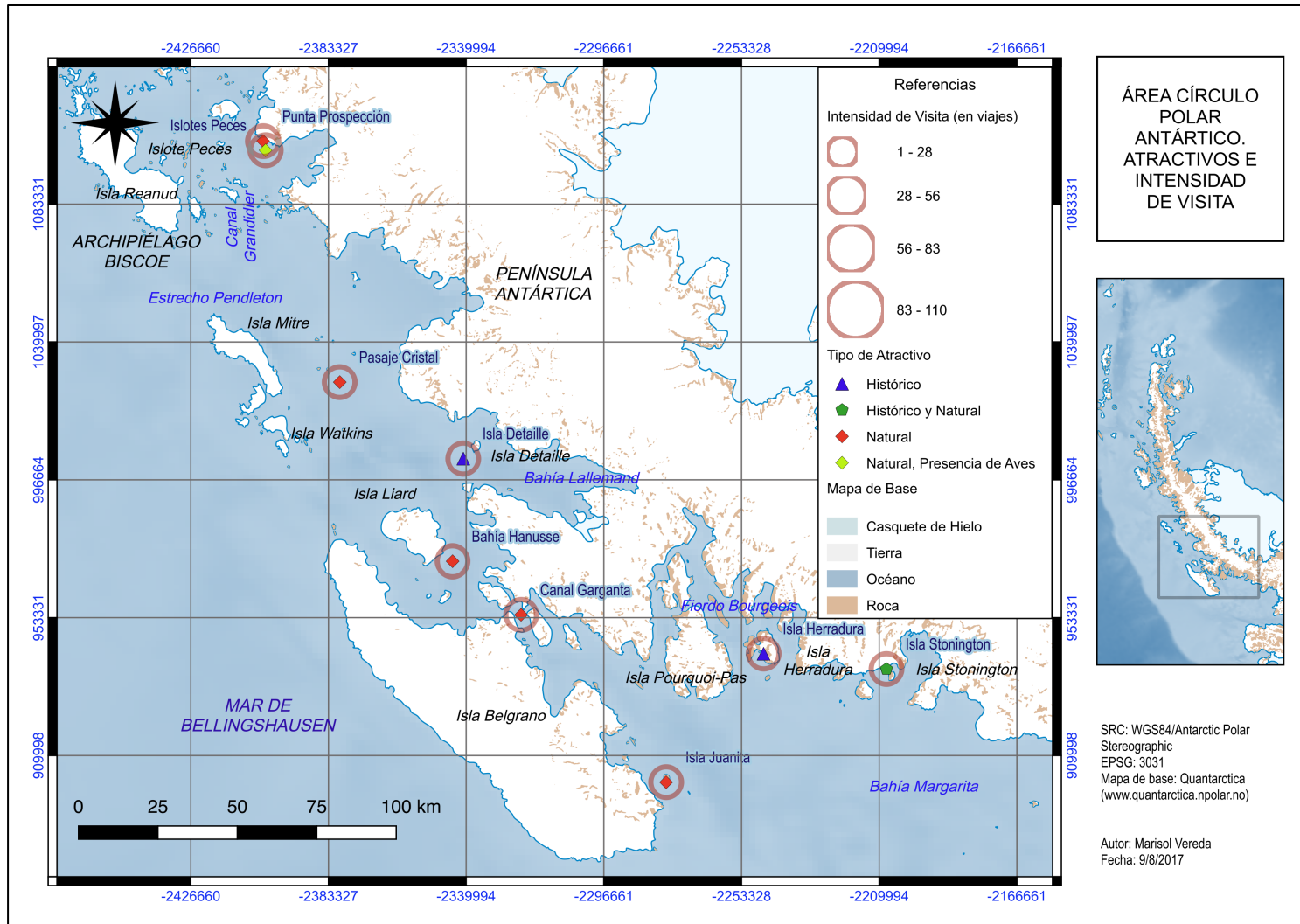


Figura 5.21 Área Círculo Polar Antártico

5.5 Consideraciones sobre el capítulo

El turismo ha demostrado la efectividad de su materialización en una de las áreas más remotas del planeta en función del aislamiento, la lejanía de centros urbanos capaces de brindar el apoyo necesario, a partir de su consolidación, producida a partir de mediados de 1990. Los flujos turísticos se concentran en la Península Antártica por su proximidad a puertos de Sudamérica, condiciones más benévolas para operar y por contar con distintos factores de atracción.

Atendiendo a esta movilidad de los flujos turísticos en la Antártida, se definió una región que involucra a la Península Antártica y las Islas Orcadas del Sur, donde se distinguieron 8 áreas de interés para la visita y se identificaron varios sitios de visita. De esas áreas, las más frecuentadas resultan, las Islas Shetland del Sur y Centro Oeste, seguidas por el área Suroeste de la Península. El área Centro Oeste y las Islas Shetland del Sur contienen los puntos de visita con más viajes. Estas 3 áreas presentan, a su vez, una fuerte articulación entre sí en relación con los viajes que combinan esos espacios. Por otra parte, el área Noreste de la Península también concentra un porcentaje significativo de viajes, articulándose preferentemente con las áreas situadas hacia el Norte de la Península, como Islas Orcadas del Sur, Islas Shetland del Sur, Isla Elefante e islas adyacentes. Las áreas Noroeste de la Península, Islas Orcadas del Sur, Isla Elefante e islas adyacentes y Círculo Polar Antártico fueron las que menos viajes han recibido.

CAPÍTULO 6: USHUAIA EN SU ROL DE PUERTA DE ENTRADA A LA ANTÁRTIDA

6.1 El rol de las puertas de entrada para el turismo antártico

Para el turismo antártico, el rol que cumplen las puertas de entrada es fundamental. Los buques requieren de ciudades puerto cada pocos días con el objeto de recambiar sus pasajeros y también para realizar una gran diversidad de operaciones logísticas. En términos generales, las puertas de entrada comprenden los puntos de ingreso y egreso a un país o región en función de las rutas de transporte, a través de las cuales circulan cuando ingresan a un destino (Meyer, 2004). Por este motivo, se asocian a aeropuertos internacionales, carreteras principales, ferrocarriles, puertos (Pearce, 2001). En un sentido más estricto, “puerta de entrada a la Antártida” deriva de la idea de “Estados de Entrada”, que se refiere a los países ubicados en el Hemisferio Sur, este término se originó en la Conferencia de Washington en 1959 cuando el Tratado Antártico fue firmado (Guyer, 2006). Bertram et al. (2007) definen el concepto puerta de entrada como aquel puerto costero o isleño, capaz de beneficiarse de los recursos antárticos y de ejercer su control, debido a su proximidad, incluyendo todas las actividades que tienen lugar (científicas, pesca y turismo).

Debido a las características del turismo antártico, las ciudades puertas de entrada deben contar con la infraestructura necesaria y adecuada para que los operadores turísticos puedan operar con un amplio margen de confiabilidad, tales como un aeropuerto que garantice las operaciones de recambio de pasajeros, facilidades portuarias para el amarre y zarpe de buques. Los servicios portuarios, provistos tanto por el sector público como privado, incluyen el practicaje, amarre, estiba, aprovisionamiento, abastecimiento de agua y combustible, disposición final de residuos y de aguas de sentina, entre otros. También existen otros servicios

complementarios relacionados con el turismo, como alojamiento, excursionismo, gastronomía, transporte a puntos de interés turístico, etc. Además, recursos humanos cualificados son necesarios para atender los requerimientos de un segmento muy especializado de la demanda turística como el antártico.

En función de lo anteriormente expuesto, cinco puertas de entrada son reconocidas internacionalmente (ver figura 6.1), siendo las más cercanas a la Antártida las ubicadas en el cuadrante sudamericano: Ushuaia se encuentra a tan solo 1.000 km a la Península Antártica y Punta Arenas, Chile a 1.500 km, esto permite que los buques que operan desde el puerto de Ushuaia se beneficien con un día menos de navegación por viaje, pudiendo ofrecer un viaje más al final de la temporada turística. Sin embargo, Punta Arenas ocupa un lugar importante para las operaciones aéreas con la Base Presidente Frei en la Isla 25 de Mayo en las Islas Shetland del Sur, modalidad de operación utilizada especialmente para los viajes que combinan el modo crucero con el aéreo, estos viajes son conocidos como “*Fly-Cruise*” o “*Fly the Drake*”.

Por otra parte, desde el cuadrante australiano, las puertas de entrada se corresponden con los puertos de Christchurch, Nueva Zelandia y Hobart, Australia. Estos puertos operan con los flujos que se dirigen al Mar de Ross, ubicándose a 2.250 km y 2.200 km de la Antártida respectivamente. Cabe destacar que son muy pocos los movimientos turísticos a este sector de la Antártida, resultando para la temporada 2012/2013 un total de 608 pasajeros en ocho viajes (IAATO, 2013) y 499 pasajeros en siete viajes para la temporada siguiente (IAATO, 2014).

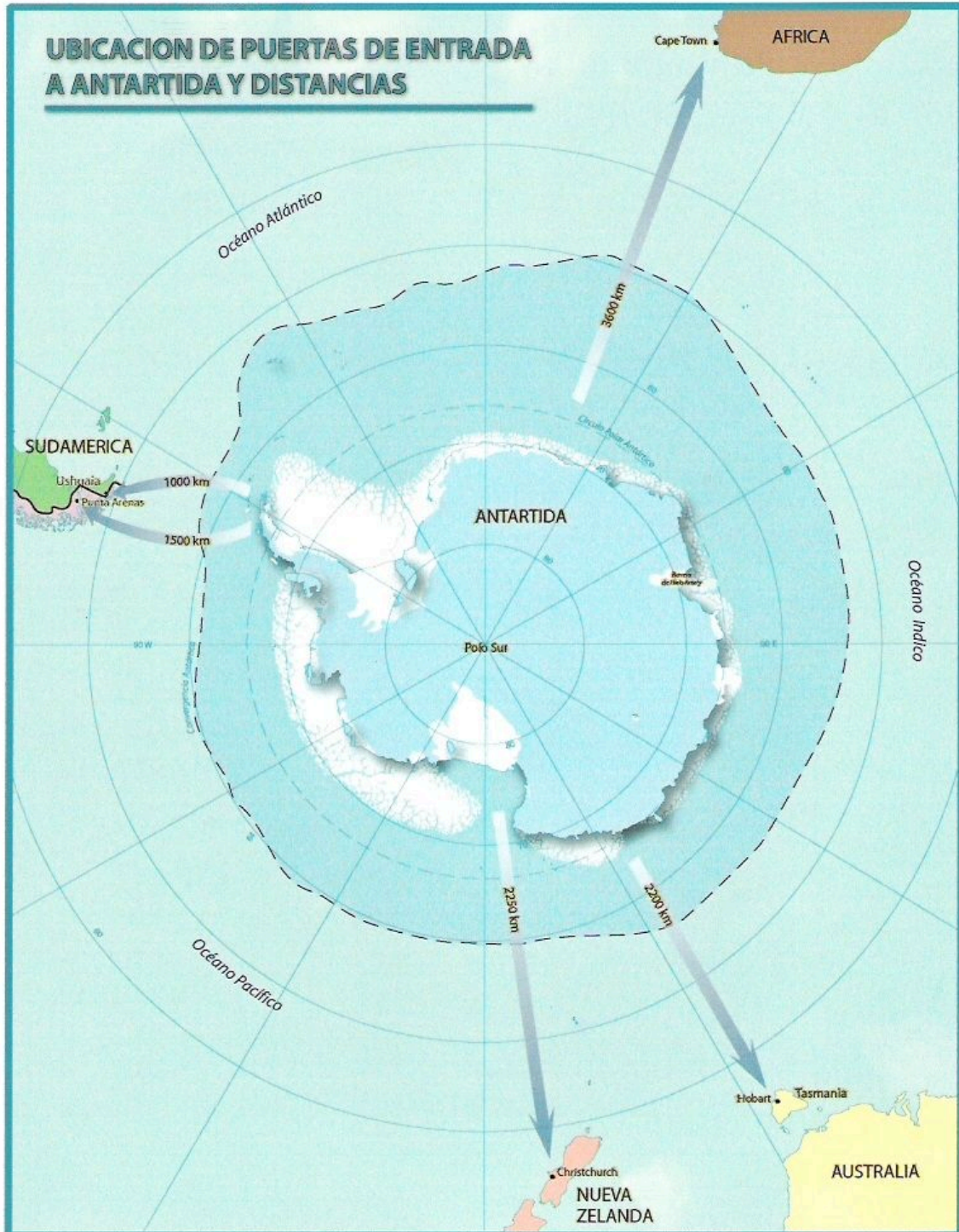


Figura 6.1 Puertas de entrada a la Antártida. Fuente: Vereda, 2004.

La última puerta de entrada corresponde a Ciudad del Cabo, Sudáfrica, ubicada a 3.600 km a la zona de la Tierra de la Reina Maud, esta puerta es especialmente utilizada para operar por modo aéreo al área Dromland, con muy pocos pasajeros y

viajes de un muy alto costo, completando 41 pasajeros durante la temporada 2012/2013 (IAATO, 2013) y 91 pasajeros para la temporada siguiente (IAATO, 2014). Además de la privilegiada posición geográfica de Ushuaia respecto de la Península Antártica, dos obras de infraestructura han operado como ventajas competitivas que consolidaron esta opción, se trata del puerto de aguas profundas en una bahía abrigada y el aeropuerto internacional que favorece el recambio de pasajeros con aeronaves de distinto porte, sumado a la distancia cercana que presentan ambos - puerto y aeropuerto- respecto del núcleo urbano. El momento de consolidación de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida coincide con el proceso de provincialización de Tierra del Fuego¹ a inicios de 1990.

6.2 La función de espacios asociados a los viajes antárticos en el Atlántico Sur

Los viajes a la Antártida se complementan con otros espacios asociados a la visita en el Atlántico Sur, incorporando en los itinerarios las Islas Malvinas y Georgias del Sur por su alto valor ecológico y simbólico.

Para el caso de las Islas Malvinas y las Georgias del Sur (ver figuras 6.2 y 6.3) también la accesibilidad es un factor determinante para su desarrollo turístico. Estos archipiélagos y Ushuaia comparten su condición insular, sin embargo, cada lugar desempeña un rol diferente en virtud de los flujos turísticos antárticos que reciben y de los servicios que pueden ofrecer.

¹ Ley Nacional Nº 23.775 “Provincialización del actual Territorio Nacional de la Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur”, promulgada parcialmente en 1990, aprobando casi diez años más tarde, el artículo correspondiente a los límites de la Provincia (párrafo incorporado por Artículo 1º de la Ley Nacional Nº 26.552, B.O. 11/12/2009).

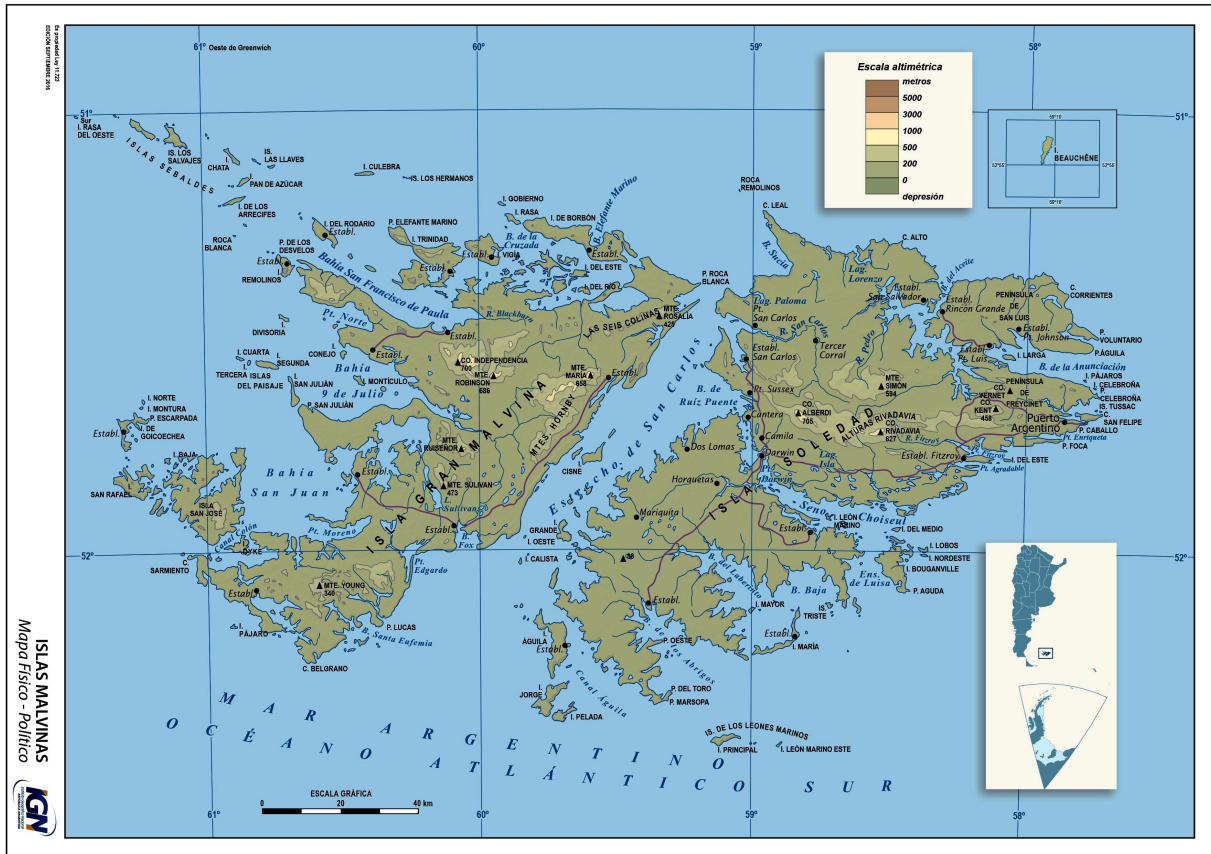


Figura 6.2 Mapa físico de las Islas Malvinas. Fuente: Instituto Geográfico Nacional, disponible en: <http://www.ign.gov.ar/AreaServicios/Descargas/Mapas>.

De este modo, nos preguntamos cuál es la jerarquía que corresponde a cada lugar en la región, en función del movimiento de los flujos turísticos antárticos en el Atlántico Sur occidental, como así también de qué manera se articulan entre sí.

Como ya hemos mencionado precedentemente, el continente antártico se encuentra claramente delimitado² por el paralelo 60° S. En cambio, los espacios subantárticos carecen de una definición tan expresa. Uno de los criterios adoptados desde la literatura los delimita como el espacio geográfico comprendido entre los 60° y 35° S

² Explicitado en el Tratado Antártico (1959; Artículo VI) cuando se expresa que “Las disposiciones del presente Tratado se aplicarán a la región situada al sur de los 60° de latitud Sur, incluidas todas las barreras de hielo [...]”, recuperado de www.ats.aq.

(Maher, 2013). De este modo, quedarían incluidas las islas ubicadas en los océanos que se encuentran en el extremo meridional de Sudamérica.

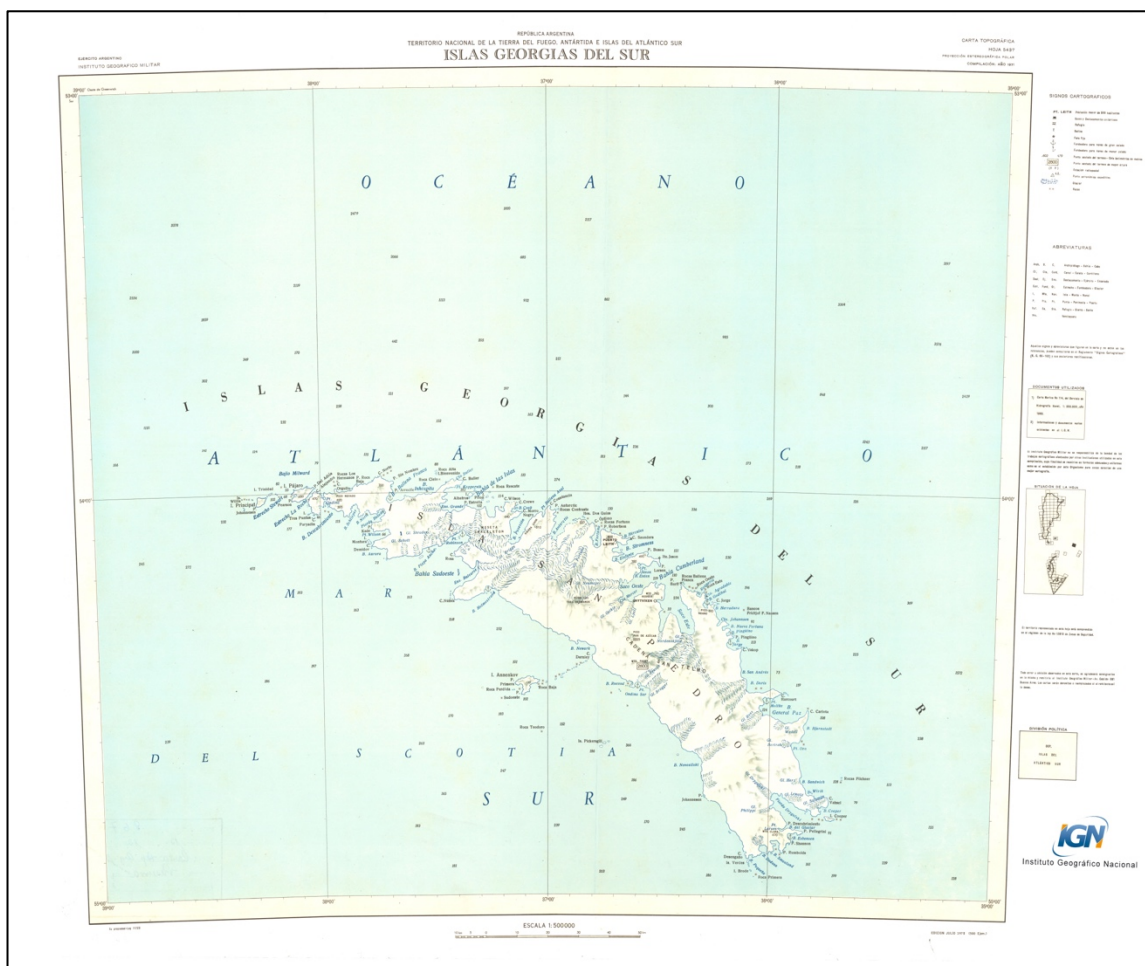


Figura 6.3 Carta topográfica de las Islas Georgias del Sur. Fuente: Instituto Geográfico Nacional.

No obstante, coincidimos con Palazzi (1987) cuando indica que el área subantártica está comprendida entre el paralelo 60° S y la convergencia antártica y el cinturón oceánico al norte de ésta. Los promontorios, islotes, islas y archipiélagos subantárticos se hallan dispersos principalmente en los océanos Atlántico Sur e Índico Sur y en el umbral del Pacífico. En este sentido, solamente cinco países, ubicados en tres continentes, cuentan con espacios subantárticos. A la Argentina corresponden los que constituyen el denominado Arco Antillano del Sur: Rocas Cormorán y Roca

Negra, las islas Georgias del Sur³ y las Sandwich del Sur⁴ (ver figuras 6.3 y 6.4), quedando las Islas Malvinas⁵ fuera de esta clasificación.

Estos espacios se caracterizan por encontrarse separados por grandes distancias, lejos de las masas continentales y de la costa antártica, poseen varios rasgos comunes: origen volcánico, relieve montañoso, cubiertas por brumas densas la mayor parte del año, con nieves eternas y glaciares, altas y escarpadas costas, fuertes vientos, resultando algunos sitios inaccesibles. Algunos de estos lugares fueron base de la actividad de balleneros y loberos durante el Siglo XIX y principios del XX, las islas se encuentran prácticamente deshabitadas, a excepción de grupos de científicos que permanecen por cortos periodos de tiempo durante la temporada estival.

Si bien la visita a otros espacios asociados a la visita antártica también se realizó en los comienzos del turismo a esta región remota del planeta, es a partir de la década de 1990 cuando se empiezan a explorar itinerarios que incluyen desembarcos en las Islas Malvinas y las Georgias del Sur. Siguiendo con el sentido del viaje antártico, para estos casos también se observa un especial interés por la visita a entornos

³ A unos 2.150 km al E de Tierra del Fuego y a 1.390 km al SE de las Islas Malvinas se localiza el archipiélago Georgias del Sur. La Isla principal se denomina Isla San Pedro y algunas islas menores se distribuyen próximas a sus costas. Debido a que está rodeada por las aguas frías que provienen de la Antártida, su clima es más hostil que el esperado para esa latitud, más del 50 % de la isla está cubierto por hielo permanente, con numerosos glaciares que descienden por los fiordos, el pico más alto alcanza los 2.960 msnm, su vegetación es herbácea.

⁴ Las Islas Sandwich del Sur, situadas al SE de las Islas Georgias del Sur, siguiendo el Arco Antillano del Sur, forman un archipiélago compuesto por once islas distribuidas de N a S.

⁵ Las Islas Malvinas se encuentran a 450 km al NE de Tierra del Fuego, el archipiélago está formado por unas 420 islas, dos de ellas son las islas de mayor tamaño: Gran Malvina y Soledad. De un relieve de colinas suaves, las alturas más importantes apenas alcanzan los 700 msnm, con clima similar al de la estepa fueguina, no cuenta con bosques sino con planicies herbáceas.

relativamente prístinos con una importante presencia de fauna marina y referentes simbólicos que motivan los desplazamientos.

En toda la región la vida silvestre, particularmente las aves, ocupan un lugar relevante entre las motivaciones de los visitantes. En las Islas Malvinas y en las Georgias del Sur existen importantes colonias de nidificación, algunas especies son difíciles de ser observadas en otros sitios de la Patagonia continental, constituyéndose en lugares casi únicos de avistaje. Asimismo, por las características de ser territorios insulares y aislados se presentan endemismos⁶.

Para las Islas Malvinas se registraron 227 especies de aves, de las cuales el 25 % son nidificantes y 18 especies globalmente amenazadas están presentes. (Imberti, 2007a).

Las Islas Georgias del Sur ofrecen un conjunto escénico importante fundamentado en montañas y glaciares, también concentran una importante cantidad de fauna marina y, especialmente, avifauna. Además, probablemente el recurso por el cual se ha consolidado en los últimos años en el mercado turístico se relaciona con la fuerte imagen que subyace en el imaginario en relación con el viaje del explorador irlandés Ernest Shackleton, cuya tumba se encuentra en el cementerio de la antigua estación ballenera Grytviken. Las islas sostienen una de las mayores concentraciones de aves marinas nidificantes en el sur del hemisferio sur (incluyendo unas 30 especies). Constituyen el segundo sitio más importante a nivel mundial para el albatros errante (*Diomedea exulans*) y el primero para el albatros cabeza gris (*Thalassarche chrysostoma*), el tercero para el albatros ceja negra (*T. melanophris*) y además nidifica el albatros manto claro (*Phoebetria palpebrata*; Imberti, 2007b).

⁶ En Islas Malvinas existen dos especies endémicas: el quetro malvinero (*Tachyeres brachypterus*) y la ratona malvinera (*Troglodytes cobbi*); en Georgias del Sur, la cachirla grande (*Anthus antarcticus*).

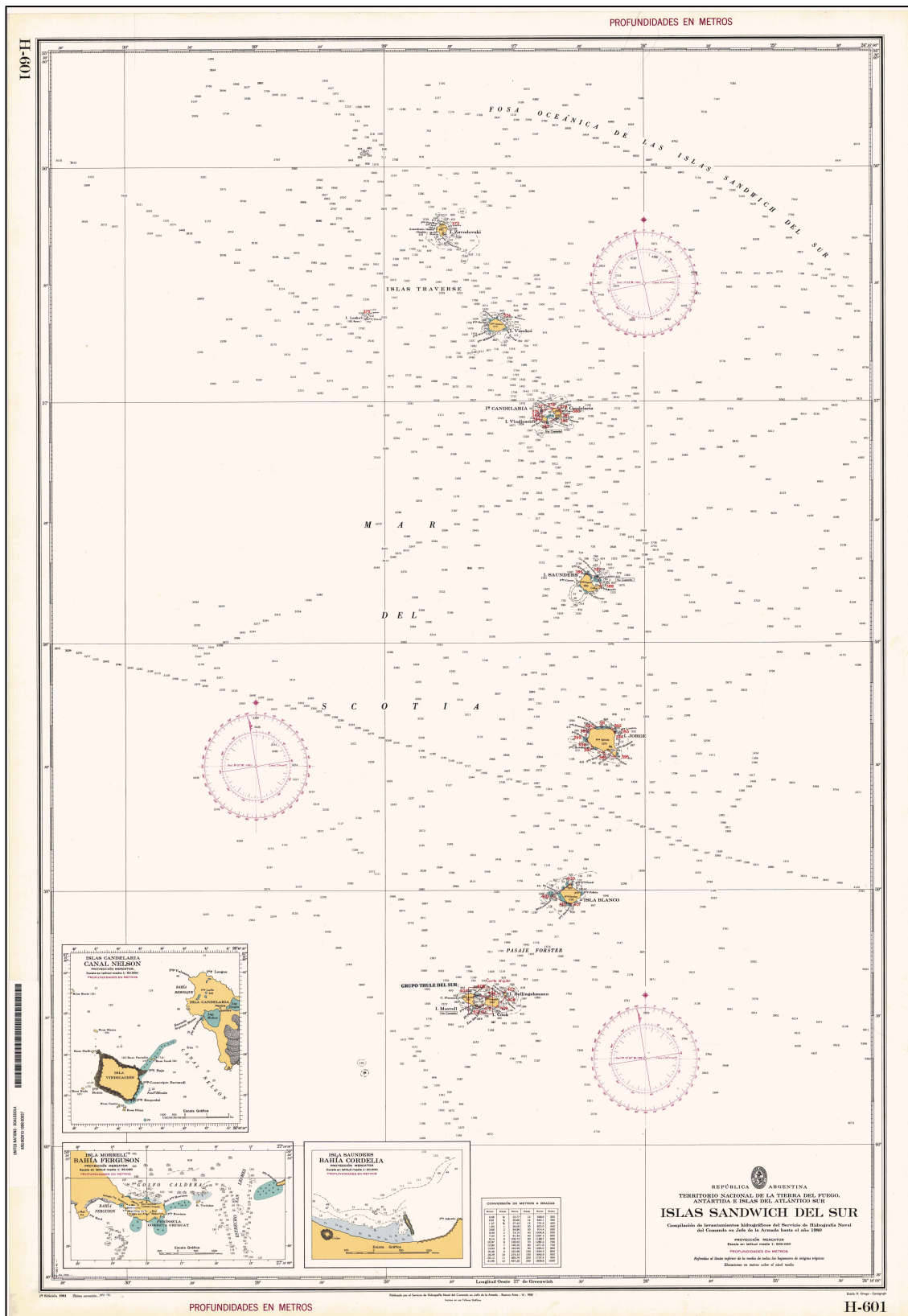


Figura 6.4 Islas Sandwich del Sur. Fuente: Servicio de Hidrografía Naval. Fuente: http://www.un.org/Depts/los/LEGISLATIONANDTREATIES/PDFFILES/MAPS/arg_mzn10_1996_0003_7.jpg

Las Islas Sandwich del Sur son apenas frecuentadas ya que ofrecen escasa protección para los desembarcos, además de un ambiente extremadamente hostil. Se trata de islas volcánicas, de formas cónicas, algunas de ellas presentan actividad volcánica casi permanente. Estas islas también contienen importantes concentraciones de vida silvestre. Las principales especies nidificantes son el pingüino de vincha (*Pygoscelis papua*) y el petrel gigante común (*Macronectes giganteus*). Además, se encuentran números considerables de otras especies como el pingüino de barbijo (*Pygoscelis antarctica*), el pingüino ojo blanco (*P. adeliae*), el petrel plateado (*Fulmarus glacialisoides*), el petrel damero (*Daption capense*), el petrel blanco (*Pagodroma nivea*), el paño común (*Oceanites oceanicus*) y el cormorán georgico (*Phalacrocorax georgianus*), de distribución bastante restringida (Imberti, 2007c).

En este contexto, los viajes antárticos en la modalidad de cruceros de expedición que realizan desembarcos, incorporan visitas a las Islas Malvinas y a las Georgias del Sur. De este modo, se identifican entonces tres áreas más, aunque la última ha sido únicamente visitada en una oportunidad.

- Islas Malvinas
- Islas Georgias del Sur
- Islas Sandwich del Sur

Para las dos temporadas de análisis se puede observar la frecuencia de viajes para cada área (ver tabla 6.1), indicando que prácticamente el 19% de los viajes a la Antártida incorporó las Islas Malvinas y Georgias del Sur en sus itinerarios. Son importantes los referentes patrimoniales tanto tangibles como intangibles que se presentan en las dos áreas, concentrando el interés de la mayor parte de los viajes.

Áreas que reciben visitantes	Temporadas turísticas	
	2012/2013	2013/2014
Islas Malvinas	19 %	19 %
Islas Georgias del Sur	19 %	18 %
Islas Sandwich del Sur	0 %	0,5 %

Tabla 6.1 Frecuencia de viajes en porcentajes. Fuente: elaboración propia.

6.3 Comportamiento de los flujos turísticos antárticos en Ushuaia en su relación con otros puertos de la región austral

Los viajes a la Antártida tienen una duración diferente en función de la cantidad de áreas que se visitan, en este sentido y analizando los viajes de las dos temporadas que contemplamos en este estudio, se preparó un esquema con la duración estandarizada de los viajes (tabla 6.2). El itinerario que más veces se implementa cada temporada es el que generalmente las empresas denominan “*Classic Antarctica*”, este itinerario incluye siempre las áreas de Islas Shetland del Sur y Centro Oeste de la Península y, en algunos casos también el área Noroeste y/o Noreste (mencionadas en el capítulo anterior). El itinerario más extenso es el que incluye las Islas Malvinas y las Georgias del Sur, presentando más días de navegación franca al trasladarse hacia el norte, entre las diferentes áreas.

Como ya se señaló precedentemente, una modalidad de viaje que se instaló desde el año 2003⁷ (Antarctica XXI, 2012), se denomina “*Antártida Express*” o “*Fly the Drake*”, donde se evitan los días de cruce o navegación hacia la Antártida y viceversa,

⁷ La empresa chilena Antarctica XXI ha comenzado con la modalidad aero-crucero antártico en el año 2003 desde la ciudad de Punta Arenas, Chile, a la estación Presidente Frei, operando con aviones DASH-7 (Antarctica XXI, 2012).

al desembarcar y/o embarcar en la Base Presidente Frei (Chile) para combinar el viaje por modo aéreo, en este caso el recambio de pasajeros se realiza a través de la ciudad de Punta Arenas (Chile). Esta modalidad de viajar a la Antártida ha ido adquiriendo mayor popularidad, posicionando la función de Punta Arenas como puerta de entrada aérea para el turismo antártico. La figura 6.5 muestra las rutas más comunes: Islas Malvinas y Georgias del Sur, Antártida Clásica, Círculo Polar Antártico y Crucero-Aéreo.

Otra posibilidad que solamente materializan una o dos compañías es la semi-circunnavegación, en este caso, los pasajeros embarcan en Ushuaia y navegan hacia el Mar de Ross, desembarcando en el puerto de Bluff, en Nueva Zelanda, recorrido que también se realiza a la inversa.

Caracterización del itinerario	Áreas de visita	Duración promedio (días)	Modalidad de operación
Antártida Clásica	SH, NE, (NO), CO	10/11	Ush-Ush
Antártida Clásica	SH, CO, SO	11	Ush-Ush
Antártida, Islas Georgias del Sur e Islas Malvinas	SH, CO, EL, OR, GE, MA	19	Ush-Ush o Ush-Mal
Cruce del Círculo	SH, CO, SO, CI	13	Ush-Ush
Cruce del Círculo con Islas Georgias del Sur e Islas Malvinas	SH, CO, SO, CI, NE, EL, OR, GE, MA	20	Ush-Ush
Antártida Express (clásica)	SH, CO	8	Ush-Isla 25 de Mayo
Antártida Express + Cruce Círculo Polar	SH, CO, SO, CI	11	Ush-Isla 25 de Mayo

Nota. Abreviaturas de las áreas: OR, Islas Orcadas del Sur; EL, Isla Elefante e islas adyacentes; SH, Islas Shetland del Sur; NE, Noreste de la Península Antártica; NO, Noroeste de la Península Antártica; CO, Centro Oeste de la Península Antártica; SO, Sudoeste de la Península Antártica; CI, Círculo Polar Antártico; GE, Islas Georgias del Sur; MA, Islas Malvinas.

Tabla 6.2 Duración estandarizada de los viajes según áreas de visita. Fuente: elaboración propia.

Los itinerarios que incorporan las Islas Malvinas y las Islas Georgias del Sur presentan una fuerte articulación con los viajes que incluyen las áreas del norte de la Península Antártica, es decir, con las Islas Shetland del Sur, con el área Noreste de la Península y también con Isla Elefante e Islas Orcadas del Sur. Demuestra una importante correspondencia con el área Centro-Oeste por tratarse de una de las áreas más visitadas.

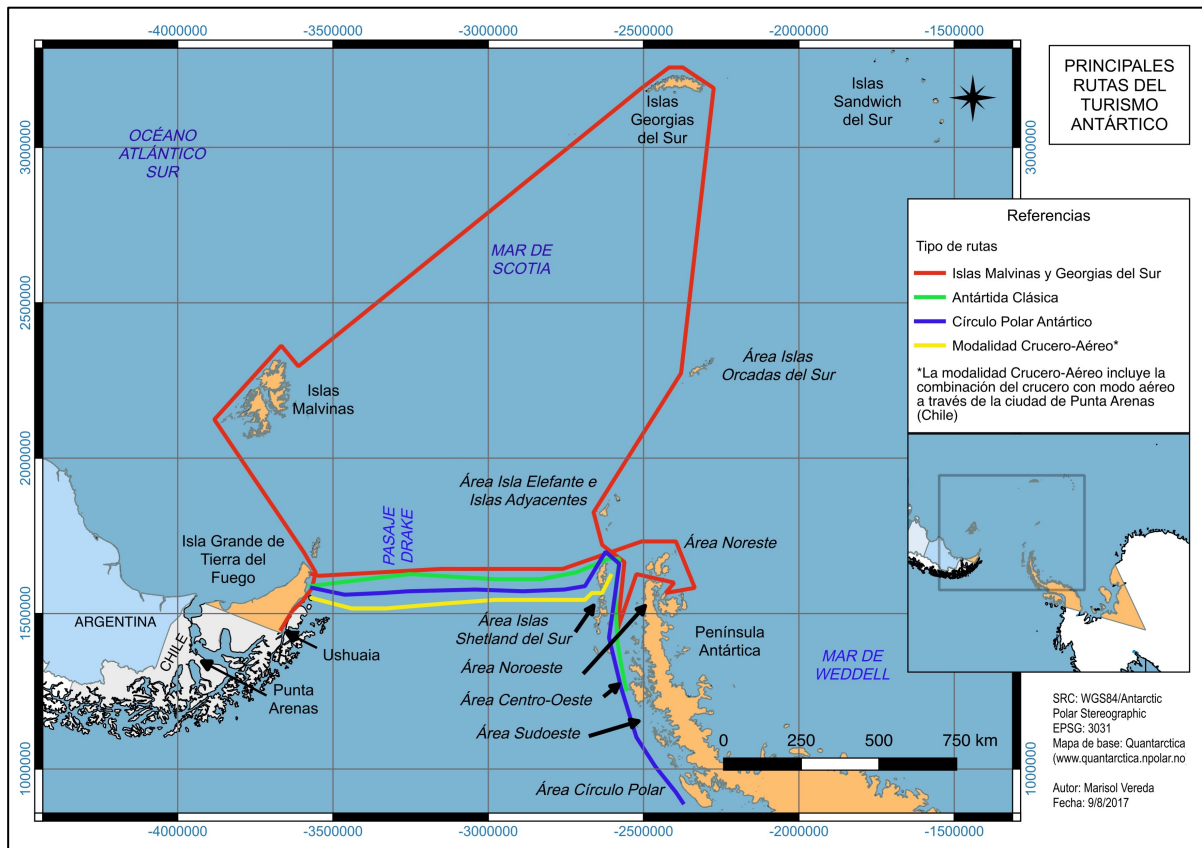


Figura 6.5 Principales rutas del turismo antártico. Fuente: elaboración propia.

La fuerte articulación con las áreas mencionadas del norte de la Península se explica desde dos perspectivas. Por un lado, la mayor proximidad geográfica con los archipiélagos ubicados fuera de la Antártida permite una escala, en el archipiélago

antártico de las Orcadas del Sur⁸ realizando un desembarco en tierra y de este modo se produce una pausa en los tres días de navegación necesarios para llegar desde el Mar de Weddell (área NE) hasta las Islas Georgias del Sur, por ejemplo. Por otro lado, la tematización de los itinerarios claramente demuestra un eje que, a modo de hilo conductor, organiza la visita siguiendo el recorrido del explorador Ernest Shackleton, desde la Isla Elefante a la Isla San Pedro y luego a Islas Malvinas con el objeto de rescatar a su tripulación que se encontraba en condición de náufragos en la Isla Elefante después de perder su embarcación que había sido atrapada por el hielo (1914). En la isla San Pedro, la antigua estación ballenera de Grytviken, es un sitio que incluye la visita a su tumba. Es así como su figura alcanzó un lugar especial en el diseño de estos itinerarios marítimos, como parte de un relato hegemónico de las operadoras turísticas. No obstante, otras expediciones también son evocadas a través de las visitas, tal es el caso, del explorador sueco Otto Nordenskjöld (1901-1904) cuyos refugios se encontraban en tres lugares distintos del área Noreste: Isla Paulet, Bahía Esperanza y Cerro Nevado. Esta expedición sueca realizó contribuciones importantes para la ciencia, fue apoyada por el gobierno argentino y rescatada por la Corbeta Uruguay; un argentino, el Alférez José María Sobral, participó de la misma. Además, de estos referentes histórico-simbólicos, la diversidad y cantidad de fauna marina y, principalmente, avifauna, también explican la visita turística, como ya fuera mencionado.

De todo el espacio turístico, considerando los archipiélagos de Malvinas, Georgias del Sur, Sandwich del Sur, la ciudad de Punta Arenas y Puerto Williams, puede

⁸ En este caso, en muchas oportunidades, se realiza una visita a la estación científica argentina en la Isla Laurie, que es la primera estación científica permanente situada en la Antártida (1904) y la única por 40 años.

identificarse claramente la función que cada área cumple en las operaciones turísticas (ver figura 6.6).

Del periodo tomado en consideración, Ushuaia mantiene su vigencia como puerta de entrada más activa a la Antártida. De las temporadas estudiadas surge que la mayor parte del recambio de pasajeros se ha realizado a través de Ushuaia. Esto se debe a la facilidad para operar que brindan el puerto y el aeropuerto, ambos ubicados a escasa distancia en el núcleo urbano, sumado a ello, cuentan con una importante frecuencia de vuelos diarios desde Buenos Aires y, debido a la condición de internacional del aeropuerto local, algunas empresas chartean vuelos desde Santiago de Chile hacia Ushuaia y viceversa para el recambio de sus pasajeros. Además, las operadoras turísticas que utilizan el puerto de Ushuaia como puerto base, llevan adelante tareas de abastecimiento y de provisión de diversos insumos, operación clave para luego navegar hacia la Antártida.

Sin embargo, se observa que Ushuaia y/o Tierra del Fuego no desempeña un rol activo en función de la oferta de excursionismo que realizan las operadoras turísticas. Para la mayoría de las compañías, el viaje antártico empieza y/o finaliza en Ushuaia, pero únicamente se ofrecen excursiones durante el tiempo que se necesita para preparar la embarcación entre el amarre y el zarpe. En general, los buques ingresan al puerto de Ushuaia por la mañana (7:00 am), para volver a zarpar a las 18:00 pm aproximadamente, durante ese tiempo los pasajeros recién arribados de la Antártida abandonan la embarcación, ésta es reabastecida y preparada para recibir a los nuevos pasajeros a las 16:00 pm y luego zarpar. En ese tiempo se organizan excursiones al Parque Nacional Tierra del Fuego, al Canal Beagle, a los Lagos Escondido y Fagnano, entre otras. Varias compañías no ofrecen servicios al pasajero, quienes asumen por cuenta propia los traslados y/o alojamiento.

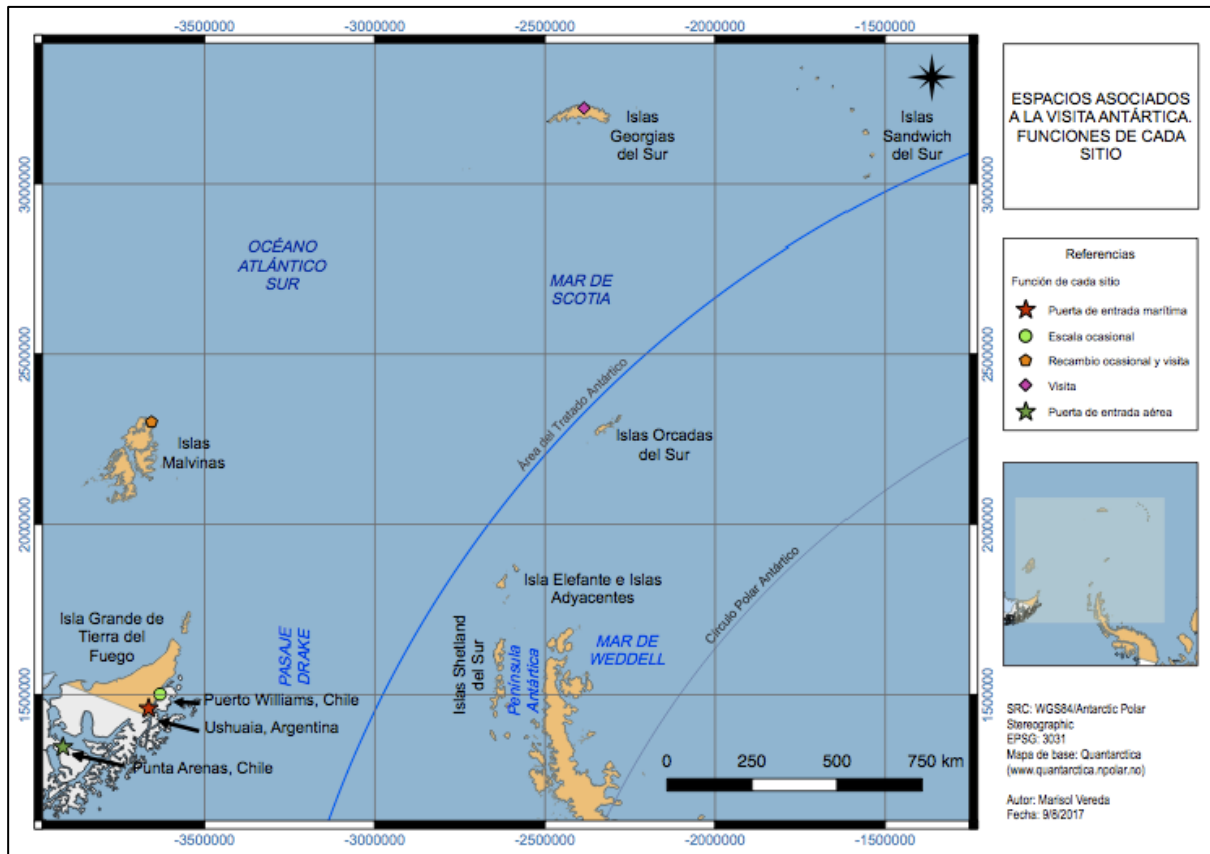


Figura 6.6 Funciones de cada sitio en el contexto de los viajes antárticos. Fuente: elaboración propia.

Si bien ningún viaje ha comenzado y finalizado en las Islas Malvinas, en algunos casos se produjo el recambio de pasajeros en Puerto Argentino en un solo sentido del viaje. Una limitación que presentan las islas para operar se relaciona con las frecuencias de vuelos, ya que solamente cuentan con un vuelo semanal⁹ de la compañía chilena Lan (actualmente LATAM) los días sábados, proveniente de

⁹ Si bien son tres los vuelos programados por semana, a los efectos del turismo antártico, son los de la compañía Lan (LATAM) los utilizados por una cuestión de proximidad del aeropuerto de partida y/o llegada en Santiago de Chile. Los otros dos vuelos semanales son provistos por *Royal Air Force* (RAF). Es un vuelo de 18 horas de duración que parte de Oxfordshire, (Reino Unido) y debe ser reabastecido en la Isla Ascensión.

Santiago de Chile, con escala en Punta Arenas¹⁰. El aeropuerto de Monte Agradable está situado a 43 km de Puerto Argentino.

Las Islas Georgias del Sur no pueden brindar servicios vinculados con las operaciones de los buques ya que no cuentan con la infraestructura adecuada.

En relación con las visitas en las Islas Malvinas, éstas se concentran en algunas islas ubicadas en distintos lugares del archipiélago, donde se observan diferentes especies de avifauna y de mamíferos marinos. Estas visitas se combinan con refrigerios en casas de familia (cada isla cuenta con una o dos) donde se sirve una infusión con variedades de pastelería. Por otra parte, de los dos o tres días que cada embarcación destina a las islas, generalmente una jornada o media jornada se dedica a la visita a Puerto Argentino. Se contabilizaron 9 sitios de visita, presentando, a modo de ejemplo, la frecuencia para la temporada 2013/2014, de similar comportamiento que la anterior (figura 6.7).

Respecto de las Islas Georgias del Sur, las diferentes operadoras turísticas que comercializan esta área dedican entre 3 y 5 días para recorrer el archipiélago, concentrando los desembarcos en la zona bañada por las aguas del este, recorriendo la isla de S a N o viceversa, según el sentido de la navegación: hacia o desde la Antártida. Al igual que en el caso de las Islas Malvinas, se realizó el recuento de sitios de visita, alcanzando los 20. También se muestra la frecuencia de visita para la temporada 2013/2014 (figura 6.8).

Por su parte, los operadores turísticos antárticos utilizan el puerto de Ushuaia como puerto base, demandando una serie de servicios y abastecimiento de insumos. Las compañías que operan con buques de mayor porte, cuyos itinerarios incluyen otros puertos de Sudamérica y más aún, extracontinentales y que navegan únicamente

¹⁰ Un sábado por mes el vuelo hace escala en la ciudad de Río Gallegos.

aguas antárticas, sin realizar desembarcos, utilizan a Ushuaia como puerto de tránsito.

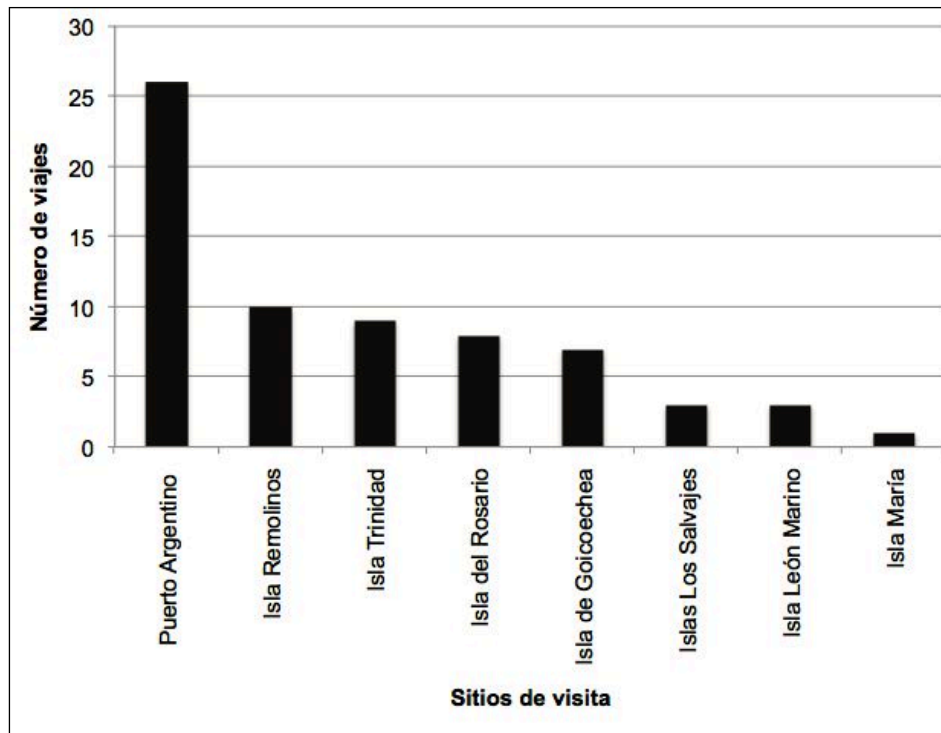


Figura 6.7 Frecuencia de visitas en las Islas Malvinas. Temporada 2013/2014. Fuente: elaboración propia.

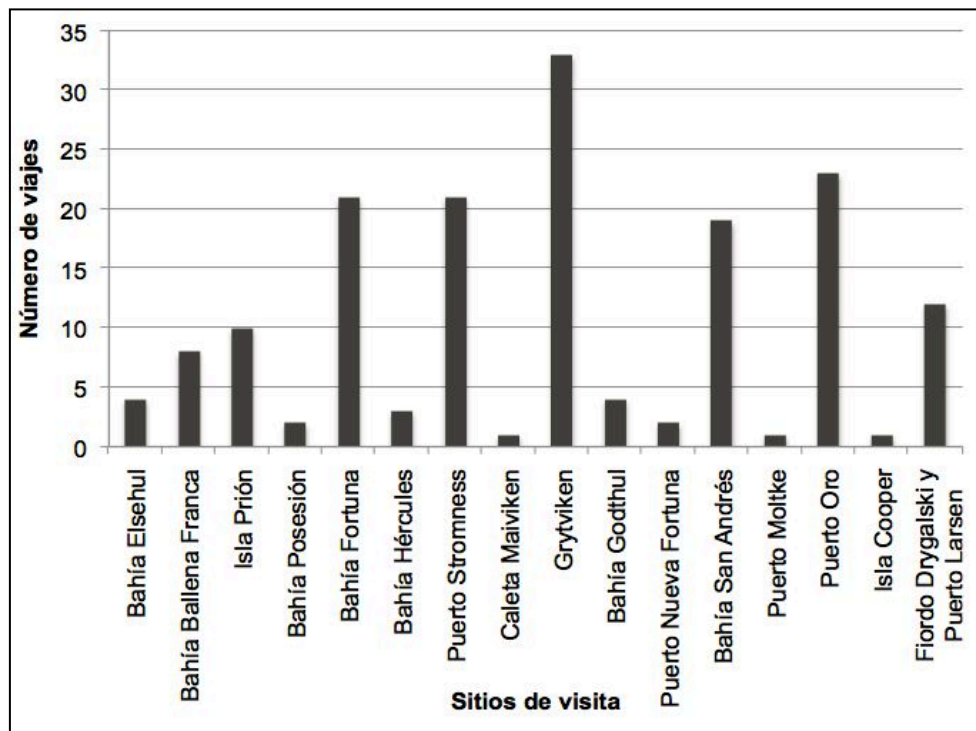


Figura 6.8 Frecuencia de visitas en las Georgias del Sur. Temporada 2013/2014. Fuente: elaboración propia.

La temporada turística antártica se inicia a fines de octubre o principios de noviembre y finaliza a comienzos de abril. La tabla 6.3 sintetiza promedios de tripulantes y pasajeros transportados según embarcación.

En la tabla 6.4 se presenta una síntesis de cantidad de visitantes y los modos de operación en el puerto de Ushuaia para las dos temporadas de análisis.

Embarcaciones	2012/2013		2013/2014	
	Trip.	Pax	Trip.	Pax
<i>MV Akademik Ioffe</i>	44	100	42	110
<i>MV Akademik Sergey Vavilov</i>	42	107	45	107
<i>SV Bark Europa</i> ^(a)	49	0	46	0
<i>MV Bremen</i>	104	138	102	128
<i>MV Corinthian II</i>	67	109	63	96
<i>MV Delphin</i>	190	320	211	370
<i>MS Expedition</i>	67	132	69	130
<i>MV Fram</i>	71	214	79	222
<i>MV Hamburg</i>	167	318	---	---
<i>MV Hanseatic</i>	124	159	125	157
<i>MY Hanse Explorer</i>	16	12	15	11
<i>MV L'Austral</i>	150	186	139	200
<i>MV Le Boreal</i>	140	199	134	195
<i>SV Lord Nelson</i> ^(a)	---	---	50	0
<i>MS National Geographic Explorer</i>	85	163	84	157
<i>MV Ocean Diamond</i>	92	193	93	195
<i>MV Ocean Nova</i>	31	64	31	65
<i>MV Ortelius</i>	45	102	39	116
<i>MV Plancius</i>	42	96	44	103
<i>MV Polar Pioneer</i>	23	60	23	54
<i>MV Sea Adventurer</i>	70	117	69	123
<i>MV Sea Explorer</i>	---	---	68	113
<i>MV Sea Spirit</i>	69	111	67	118
<i>MV Silver Explorer</i>	120	123	118	121
<i>MV Seabourn Quest</i>	---	---	339	446

Embarcaciones	2012/2013		2013/2014	
	Trip.	Pax	Trip.	Pax
<i>MV Ushuaia</i>	36	81	34	84
<i>MS Celebrity Infinity</i>	935	2070	937	2065
<i>MV Crystal Symphony</i>	---	---	573	842
<i>MS Prinsendam</i>	463	696	473	652
<i>MS Veendam</i>	568	1266	---	---
<i>MS Zaandam</i>	---	---	575	1357

Notas: ^(a) el *Bark Europa* se define como buque escuela, transportando “aprendices”, aunque se trata de un viaje comercial turístico.

En sombreado se encuentran los buques que transportaron más de 500 pasajeros y no efectuaron desembarcos

Tabla 6.3 Síntesis de promedios de tripulantes y de pasajeros por embarcación. Fuente: Vereda y Jensen, 2014.

Temp.	Visitantes y viajes	a) Embarque y desembarque en Ushuaia	b) Embarque o desembarque en Ushuaia	c) Tránsito	Total
2012/2013	Nº visitantes	21.046	3.579	7.369	31.994
	% visitantes	66%	11%	23%	100%
	Nº viajes	161	31	5	197
2013/2014	Nº visitantes	22.067	3.530	11.481	37.078
	% visitantes	60%	9%	31%	100%
	Nº viajes	174	26	11	211

Tabla 6.4 Cantidad de visitantes y viajes de turismo antártico discriminados según tipo de operación en el puerto de Ushuaia. Fuente: Vereda y Jensen, 2014.

En relación con el primer caso, resulta de interés este grupo ya que al operar tanto en la entrada como en la salida hacia la Antártida desde Ushuaia, se requiere de una mayor cantidad de servicios en la ciudad. Dentro de esta modalidad de operación, se reconocen, a su vez, aquellas embarcaciones que mantienen un tránsito regular hacia

la Antártida, operando durante toda la temporada desde el puerto de Ushuaia, realizando cada buque entre 7 y 14 viajes a la Antártida. Para la temporada 2012/2013 se trató de 16 buques, y para la temporada siguiente 18, en ambos casos representaron el 62 % sobre el total. La utilización como puerto base de estos buques implica la contratación de una serie de servicios y abastecimiento de alimentos e insumos, prácticamente durante toda la temporada turística.

Respecto del segundo caso, cuando únicamente embarcan y/o desembarcan en Ushuaia, el recambio de pasajeros se produce una sola vez. En estos casos tuvieron especial participación las Islas Malvinas y Punta Arenas (Chile).

Como ya se señaló anteriormente, la combinación del viaje aéreo y crucero se realiza a través de la ciudad de Punta Arenas (Chile), utilizando en pocas oportunidades Puerto Williams, en isla Navarino, Chile. En el mapa 6.5 se observa las funciones de cada lugar en la complejidad del espacio analizado.

Por último, en el tercer caso, se encuentran aquellas embarcaciones que no han iniciado ni terminado el viaje en Ushuaia, utilizando el puerto local como puerto de recalada. Dentro del grupo de buques en tránsito en el puerto de Ushuaia, se destacan aquellas embarcaciones que navegaron aguas antárticas, sin efectuar desembarcos. Se trata de buques que realizaron itinerarios en el sur de América del Sur o que correspondieron a recorridos más extensos y en alguno de sus viajes incluyeron la navegación en proximidades de la Península Antártica. La mayoría de estas embarcaciones llevan adelante recorridos “pendulares” que utilizan la posibilidad de navegación que ofrece el Canal Beagle para conectar puertos de recalada en los océanos Atlántico y Pacífico, visitando la Antártida en su viaje desde el Atlántico o desde el Pacífico.

6.4 Valoración de Ushuaia como puerta de entrada por los miembros del *staff* de los buques y de los capitanes

Este acápite fue construido en base a las entrevistas realizadas a los capitanes y a los miembros del *staff* en relación con los servicios que Ushuaia brinda como puerta de entrada a la Antártida.

Los miembros del *staff* respondieron afirmaciones que se presentaron en una escala Likert de 5 posiciones, donde 1 representa “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”. Los temas seleccionados para ellos fueron pensados en virtud e su rol como *staff* de expedición en relación con Ushuaia y con las cuestiones que están en capacidad de evaluar. Los resultados pueden observarse en la tabla 6.5.

	Afirmaciones	N	Media	Desv. St.	Varianza
A	Ushuaia es la puerta de entrada más conveniente a la Antártida	20	4,20	0,834	0,695
B	Una visita a Ushuaia/Tierra del Fuego combina perfectamente con el viaje antártico	20	3,90	0,852	0,726
C	La ubicación del puerto y del aeropuerto ofrece una conexión excelente que beneficia las operaciones con pasajeros	20	4,15	0,671	0,450
D	Los servicios aéreos provistos por compañías de vuelos domésticos son siempre confiables (BUE/USH/BUE)	20	2,45	1,191	1,418
E	Los servicios portuarios se corresponden con las necesidades de los buques antárticos	20	3,20	0,894	0,800
F	La infraestructura portuaria es adecuada para las operaciones de los buques antárticos	20	3,35	0,988	0,976
G	Los servicios y el <i>know-how</i> de las agencias marítimas se corresponden con las	20	3,70	0,801	0,642

Afirmaciones		N	Media	Desv. St.	Varianza
	necesidades y requerimientos de los buques antárticos				
H	Los servicios provistos por las agencias de viaje son apropiados para el pasajero antártico	20	3,50	0,889	0,789
I	Las excursiones ofrecidas al segmento de visitantes antárticos valen la pena	20	3,70	0,865	0,747
J	Las excursiones que ofrecen los operadores turísticos antárticos son contratadas solamente para ocupar el tiempo de los pasajeros entre el vuelo y el embarque en el buque y viceversa	20	3,60	1,231	1,516
K	Tours temáticos, especializados que muestren las conexiones entre Antártida y Tierra del Fuego podrían ser un <i>bonus</i> extra al viaje antártico	20	3,90	0,968	0,937
L	Los guías de turismo están muy bien calificados y brindan información pertinente sobre Tierra del Fuego y Antártida en las excursiones	20	4,15	0,745	0,555

Tabla 6.5 Valoraciones de los miembros del *staff* sobre Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida. Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse en el cuadro 6.3, los miembros del *staff* valoraron muy positivamente únicamente tres ítems: A, C y L. Los dos primeros relacionados con ventajas operativas como ser la puerta de entrada más conveniente y la ubicación del puerto y el aeropuerto que permiten realizar el recambio de pasajeros muy cómodamente para los operadores turísticos. El último ítem califica muy bien al recurso humano de los guías de turismo. La posibilidad de contar con excursiones especializadas también ha sido bastante bien puntuada como el ítem B sobre cómo

articula Ushuaia en el viaje antártico. No obstante, el ítem D, sobre servicios aéreos, es reconocido como un problema que afecta a la operatoria del turismo antártico.

Por otra parte, en una pregunta abierta que realizamos sobre cómo creen que se podrían mejorar los servicios ofrecidos en Ushuaia, se obtuvieron los puntos que se presentan en la tabla 6.6, agrupando las respuestas en función de categorías: ítems relacionados con el puerto, oferta de excursionismo y ciudad.

Puntos de interés	Sugerencias de mejora
Puerto	<ul style="list-style-type: none"> - La infraestructura portuaria debe mejorarse porque se encuentra desprolija y obsoleta. - Revisión de cómo se realiza la seguridad portuaria porque se la evalúa como “ridícula”. - Mejorar el acceso al muelle. - Ordenar el tránsito de pasajeros mientras se realizan operaciones de buques cargueros. - Implementar con un servicio de <i>shuttle</i> desde el ingreso al muelle hasta el buque. - Contar con espacios para que los pasajeros puedan dejar su equipaje en consignación.
Oferta de excursionismo	<ul style="list-style-type: none"> - Se requiere de diversidad de excursiones, especialmente de mayor duración, fuera del radio de Ushuaia. - Se destaca la necesidad de ofrecer actividades relacionadas con el trekking, observación de aves y visitas a áreas protegidas.
Ciudad	<ul style="list-style-type: none"> - Embellecimiento de la ciudad. - Revisar los horarios de aperturas de bancos y negocios porque los visitantes se sienten frustrados al dirigirse a la ciudad y encontrarse con todo cerrado, especialmente los domingos y feriados. - Trabajar en la gestión de residuos, porque en el barco se clasifican y luego al llegar al puerto se mezclan en un único volquete. La ciudad debe dar cuenta de su compromiso ambiental al estar ligada a la Antártida.

Puntos de interés	Sugerencias de mejora
	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con energía para que los buques puedan conectarse cuando están en el muelle y, de esa manera, apaguen sus motores y generadores. - Debido a que Ushuaia es la puerta de entrada con más tránsito de turismo marítimo, sería bueno que se realizaran desde la ciudad campañas de concientización sobre el ambiente antártico. - Recuperar la importancia que tenía la Oficina Antártica en el pasado.

Tabla 6.6 Sugerencias de mejora que realizaron los entrevistados. Fuente: elaboración propia.

Los capitanes entrevistados aportaron una mirada muy crítica sobre el rol de Ushuaia como puerta de entrada marítima del turismo antártico. Se refirieron a los servicios que brinda el puerto y señalaron que la falta de eficiencia en los servicios dificulta las operaciones del buque en puerto. Ambos capitanes coincidieron que Ushuaia sigue manteniendo su rol de puerta más activa de turismo marítimo antártico fundamentalmente por contar con la distancia menor al continente antártico, lo que genera menos tiempo de navegación que, al sumarse a lo largo de la temporada de verano permite comercializar un viaje más. También estuvieron de acuerdo al momento de valorar la posibilidad de contar con un taller de reparaciones navales en Ushuaia afirmando que este hecho sería sumamente positivo.

6.5 Consideraciones finales del capítulo

Como habíamos desarrollado en las aproximaciones teóricas, el espacio turístico presenta diferentes complejidades en función de sistemas de objetos y de acciones

que en él convergen. Como hemos visto, el espacio que analizamos es sumamente complejo en su configuración y en los actores que intervienen.

En el capítulo anterior observamos el comportamiento turístico en la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur, un espacio regido por un régimen jurídico internacional. En el capítulo que acabamos de presentar, sumamos espacios asociados a la visita antártica como los archipiélagos de Malvinas y Georgias, territorios en disputa con el Reino Unido, es así, como este territorio creado como la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur por las Leyes Nacionales N° 23.775 y N° 26.552 (ver Marco territorial) es únicamente articulado en su totalidad a través de los flujos turísticos.

En función de lo abordado precedentemente, incorporamos la idea de sistema espacial como “una entidad autónoma en relación con su entorno, organizada en estructura estable (referida a una duración), constituida por elementos independientes, cuyas interacciones contribuyen a mantener la estructura y a hacerla evolucionar” (Pumain, 2004 en Zamorano, 2008:10¹¹). Es así como sintetizamos las propiedades del sistema espacial en relación con nuestro tema de estudio en la figura 6.9.

A partir de los flujos turísticos que mencionamos se visualizan distintas áreas con una funcionalidad y jerarquía diferente, incorporando también a Punta Arenas y, en menor medida a Puerto Williams, ambas localidades situadas en Chile.

Atendiendo al concepto de puerta de entrada en su sentido más amplio, Ushuaia mantiene su rol como tal debido a la proximidad geográfica con la Península Antártica y por brindar una oportunidad de conexión intercontinental que favorece el recambio

¹¹ Traducción realizada por Zamorano, G. para el curso de posgrado “La geografía en el Siglo XXI: espacio, paisaje, región y territorio”, Universidad Nacional del Sur, año 2015.

de pasajeros como así también las posibilidades de abastecimiento de bienes e insumos y diferentes servicios marítimos, logísticos y turísticos en función de su infraestructura y especialización.

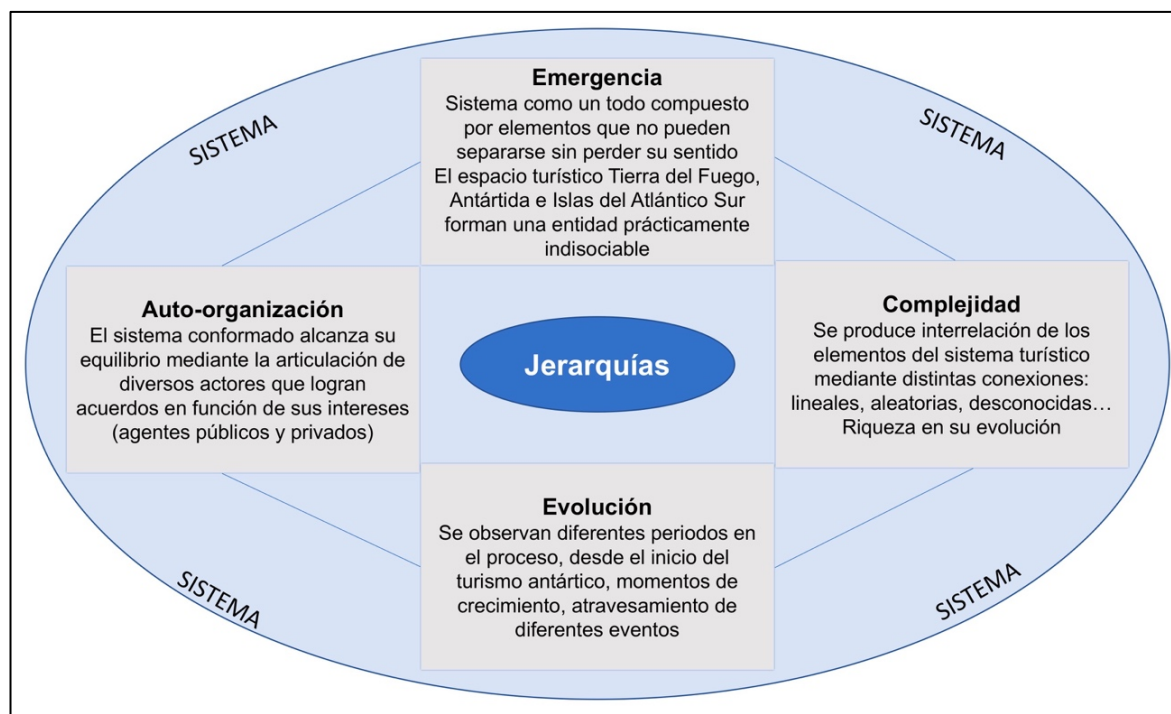


Figura 6.9 Esquema de propiedades del sistema espacial del turismo antártico. Fuente: elaboración propia en función de: Pumain, 2004 en Zamorano, 2008.

La articulación de los archipiélagos Islas Malvinas e Islas Georgias del Sur con los viajes de turismo antártico se debe, básicamente, a la concentración de escenarios que complementan el viaje antártico a partir de la gran variedad de avifauna y fauna marina que se encuentra en sus costas como así también debido a la presencia de recursos históricos y simbólicos.

Tomando en cuenta lo complejo de nuestro objeto en tanto sistema espacial, donde el contexto global, las relaciones internacionales, factores espaciales como la distancia, entre otros, nos permiten pensar este espacio en función de las relaciones, según lo esquematizamos en la figura 6.10.

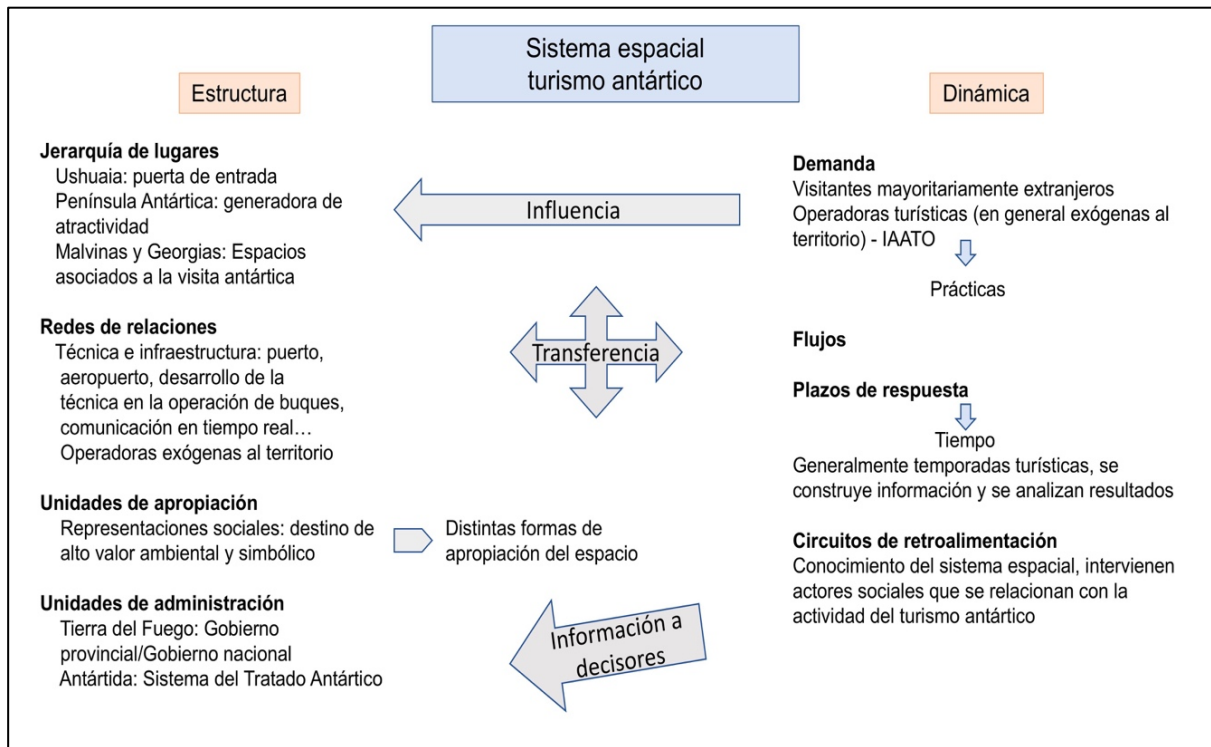


Figura Nº 6.10 Esquema de relaciones espaciales en relación con el turismo antártico.
 Fuente: elaboración propia.

PARTE III. LA PERCEPCIÓN DE LA ANTÁRTIDA COMO DESTINO REMOTO

CAPÍTULO 7: EL LENGUAJE DEL TURISMO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA ATRACTIVIDAD

7.1 Introducción

Desde los primeros viajes de exploración, el paisaje antártico ha sido representado como un lugar singular y aislado, asociado con una naturaleza salvaje y prístina. En parte, inspirados en aquellas expediciones tempranas, el turismo moderno promociona la Antártida como destino turístico, con una oferta diversa basada en sus recursos naturales e históricos que motivan los flujos hacia este lugar remoto.

Atendiendo a la idea de paisaje como una construcción social, consideramos el paisaje antártico desde un discurso a través del cual diferentes grupos producen imágenes que contribuyen a darle un significado específico.

Como ya señalamos en el Capítulo 2, siguiendo a Jenkins (2003), entendemos que las imágenes se convierten en un recurso muy utilizado para provocar el deseo de viaje. El concepto de “círculo de la representación” acuñado por Jenkins nos resulta operativo para analizar las representaciones sobre la Antártida y explicar cómo éstas se pueden perpetuar una vez que el espiral representacional se encuentra funcionando.

7. 2 Los folletos en la mediación de las representaciones

Considerando a las representaciones como un conjunto de imágenes producidas por la sociedad y que, a su vez, son alimentadas, elaboradas y re-elaboradas en el nivel del individuo, vemos que el imaginario se construye como un “conjunto movedizo de imágenes movilizadas y modificadas por el sujeto en el curso de su actuar” (Berdoulay, 2012: 49). En esta dinámica también intervienen los operadores turísticos al crear y re-crear imágenes sobre el destino, en este caso Antártida, utilizando un

material mediante el cual elaboran los relatos que se utilizan para sostener el destino como deseo de viaje. Estos imaginarios “descansan en la materialidad perceptible en los paisajes o en los géneros de vida, pero dependen también de la actividad imaginativa del sujeto” (Berdoulay, 2012:50).

De este modo, a través del material promocional, los folletos elaboran y re-elaboran un relato icónico y semántico, ordenando y reproduciendo formas de comportamiento de los turistas.

Las imágenes presentes en los folletos son imágenes inducidas, es decir, aquellas que han sido promovidas a través de acciones de marketing (Camprubí et al., 2009), donde los operadores turísticos son parte de los promotores turísticos, con el objetivo de influir sobre el proceso de toma de decisiones del turista en la definición del destino. Es así como las imágenes inducidas, si fueron transmitidas correctamente, desempeñan un rol fundamental en la percepción del turista.

Con el fin de comprender cómo se generan imágenes inducidas para luego observar cómo éstas influyen en las percepciones del visitante antártico, hemos analizado folletos emitidos por los operadores turísticos tomando en consideración tanto el contenido visual como textual de los mismos ya que ambas formas de comunicación transmiten ideas sobre los valores de la Antártida.

Como ya se mencionó en el Capítulo 4, los folletos analizados corresponden a las compañías en las que viajaron los visitantes encuestados, promocionando la temporada 2013/2014.

En todos los casos, estos folletos ofrecieron más de un viaje, oscilando entre 2 y 26, dependiendo de la cantidad de embarcaciones de cada compañía. Los viajes pudieron ser agrupados en función de tres temas principales:

- Ubicación geográfica: Península Antártica y Círculo Polar Antártico

- Exploradores
- Vida silvestre

Todos los folletos siguieron la misma estructura: cubierta o portada, índice, presentación general (dirigida directamente al turista potencial), descripción de los viajes, descripción de servicios y el plano de las cubiertas del buque.

Debido a que los folletos presentaron un número importante de páginas (de 10 a 54) estaban organizados en cuadernillos (ver figura 7.1) conteniendo una gran cantidad de imágenes visuales (entre 19 y 63).

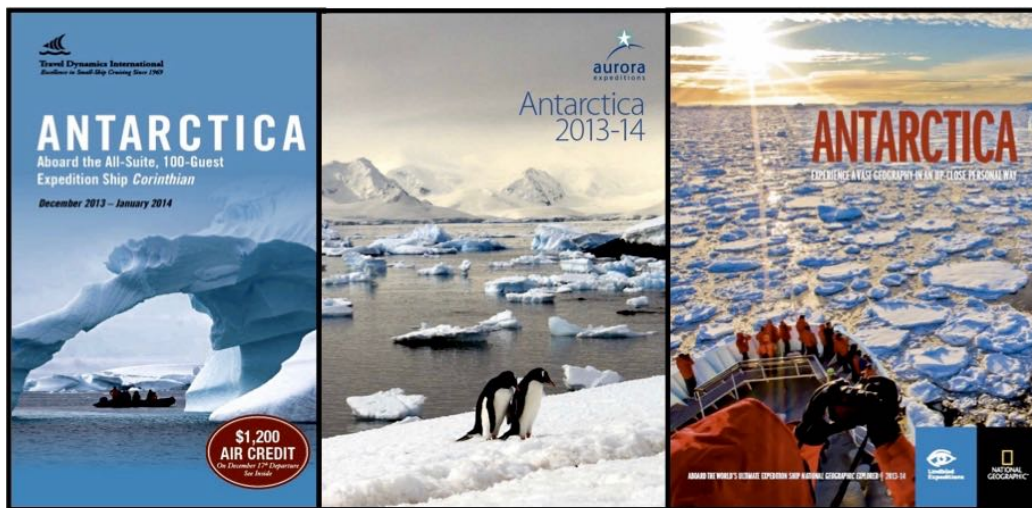


Figura 7.1 Ejemplo de folletos presentados como cuadernillos. Fuente: elaboración propia en función de las portadas de los folletos de *Travel Dynamics*, *Aurora Expeditions* y *Lindblad Expeditions*, correspondientes a la temporada 2013/2014.

Cuatro operadores ofrecieron actividades para desarrollar en la Antártida, tales como kayaking, montañismo, buceo y camping. En todos los casos, los miembros del *staff* estaban claramente identificados, incluyendo una corta biografía donde el conocimiento de regiones polares y el entrenamiento se remarcaron (ver figura 7.2). Esto destaca la fuerte impronta con que se promocionan los viajes, atendiendo al contenido educacional.

An Unforgettable Voyage Led By Seasoned Expedition Leaders & Naturalists

Each voyage features an expedition team—expert naturalists and scientists who know Antarctica well and are eager to introduce you to this awe-inspiring land. In the company of these noted experts, you will cruise magnificent ice-filled channels, explore busy penguin rookeries, and learn about the rhythms of life in the “Deep South.” Among the experts you may travel with are:



John Frick returns for his eighth season leading expedition travel to Antarctica. John’s wanderlust surfaced during his undergraduate studies and has since led him to live in Alaska, to work in Nepal as a Peace Corps Volunteer, and to lead hundreds of programs over the last 15 years for Travel Dynamics International. He again looks forward to sharing with *Corinthian* guests his enthusiasm for travel and for the wonders of the natural world, in particular for the White Continent.



Ignacio Rojas studied Biology in the University of Sao Paulo in Brazil and pursued further education in Ecology, studying and working at INPA, the Brazilian National Institute for Research in the Amazon. Ignacio started his career in expedition cruises in 1992 when he joined his first vessel on a trip to the Amazon, followed soon after by his first expedition to Antarctica. He has embraced traveling as a full-time activity, enjoying the chance to bring awareness about the last wild places of our planet.



Born and raised in England, **Jonathan Green** completed a Bachelor of Sciences degree in Geology and Geography. John is also an avid diver and accomplished photographer, and his photography has been published in *The Wildlife Photographer of the Year*, *Time*, *Geo*, *BBC Wildlife*, and the *Royal Geographical* magazines. He continues to lead adventure trips, diving excursions, and photo workshops throughout Latin America and the Antarctic.



In 2003-2004, **Trevor Potts** successfully re-created Ernest Shackleton’s 1916 epic mission from Elephant Island to South Georgia. And in 2001 he completed Shackleton’s mountain crossing from King Haakon Bay to Stromness. On this voyage, he will share his experiences and insights about this legendary odyssey, about Shackleton himself, and about other expeditions in the White Continent. Trevor has nine seasons of experience working on Antarctic expedition ships.



Juan Pablo Seco Pon has a degree in Biology from the National University of Mar del Plata in Argentina and is devoted to the study and conservation of marine vertebrates, especially seabirds. He has participated in international at-sea surveys to develop and implement mitigation measures aboard commercial long liners. In his time off, Juan Pablo works as a naturalist guide based in Ushuaia and Tierra del Fuego. This will be his fifth Antarctic season.



France native **Cathy Zell** returns for her eighth expedition season in Antarctica. An expert in seabirds, Cathy looks forward to sharing her knowledge and passion of Antarctica with travelers. Her true spirit of exploration is evidenced by her many accomplishments, including a five-week kayak expedition in Greenland and a full south-to-north bike ride along the entire length of Latin America.

All expedition staff subject to change.

Figura 7.2 Ejemplo de presentación de los miembros del *staff*. Fuente: tomado del folleto de la compañía *Travel Dynamics*, temporada 2013/2014.

Para analizar cómo se presenta el paisaje antártico en los folletos seleccionados hemos realizado una división de los componentes en abióticos, bióticos y antrópicos. El primer grupo comprende ítems tales como el hielo en sus diversas formas (témpanos, hielo flotante, hielo escombros, glaciares), montañas y restos volcánicos. Es importante destacar que se seleccionaron los componentes principales de los

textos, donde si bien el mar está presente, siempre es acompañado de hielo en alguna de sus formas, siendo éste la imagen predominante.

El segundo grupo lo conforman las especies más carismáticas de la fauna, especialmente representadas por aves y mamíferos marinos, aunque componentes menos conspicuos también aparecen en las descripciones.

El último grupo considera los nombres de exploradores, sitios históricos y bases o estaciones científicas.

7.3 El contenido textual de los folletos

Los componentes bióticos presentaron la frecuencia más alta, alcanzando el 51% comparados con los componentes antrópicos (30%) y los abióticos (19%).

En el caso de los componentes bióticos, hemos realizado una distinción formando distintos grupos de acuerdo a los tipos de vida silvestre: pingüinos, otras aves, ballenas, invertebrados y flora. Las especies de pingüinos del género *Pygoscelis*¹ fueron ampliamente mencionadas (pingüino de vincha -*Pygoscelis papua*-, pingüino ojo blanco -*P. adeliae*- y pingüino de barbijo -*P. antarctica*). De estas tres especies de pingüino, el de vincha fue el más mencionando en los textos, seguido por el de ojo blanco y el de barbijo. Para describir los pingüinos, las frases se referían a sus sonidos y conducta usando los siguientes adjetivos²: cacofónicos, estridentes, abundantes, juguetones, curiosos, no-temerosos y pacíficos.

¹ Las especies de este género son conocidas en inglés como *brushed-tailed penguins*. Los nombres vulgares y científicos que utilizamos para todas las aves corresponden a Mazar Barnett y Pearman (2001). Los nombres en los folletos se encuentran en idioma inglés y los mencionamos en el mismo orden en que fueron presentados en español: *gentoo*, *Adelie* y *chinstrap*.

² Los adjetivos originalmente mencionados en inglés fueron: *cacophonous*, *raucous*, *teeming*, *playful*, *curious*, *unafraid*, *peaceful*

Otras aves marinas³ ocuparon un importante lugar en el contenido textual de los folletos, tales como el albatros (*Diomedea sp.*), petrel gigante (*Macronectes sp.*), petrel damero (*Daption capense*), petrel blanco (*Pagodroma nivea*), prion (*Pachyptila sp.*), paño común (*Oceanites oceanicus*), cormorán imperial (*Phalacrocorax atriceps*), paloma antártica (*Chionis alba*), escúa (*Stercorarius sp.*), gaviota cocinera (*Larus dominicanus*) y gaviotín antártico (*Sterna vittata*). El cormorán imperial, albatros y el petrel damero fueron los más mencionados. Se utilizaron adjetivos para describir al albatros (majestuoso⁴) y para el petrel blanco (etéreo⁵).

Entre los mamíferos marinos⁶ todas las especies de focas fueron tenidas en cuenta, a excepción de la foca de Ross⁷ (*Ommatophoca rossii*): lobo marino de dos pelos antártico (*Arctocephalus gazella*), foca cangrejera (*Lobodon carcinopha*), foca de Weddell (*Leptonychotes weddellii*), foca leopardo (*Hydrurga leptonyx*) y elefante marino del sur (*Mirounga leonina*). La foca leopardo fue mencionada en prácticamente todos los folletos y, en algunos casos, en más de una oportunidad, descrita como “con forma de torpedo⁸” y predatora⁹. Otras especies que aparecieron varias veces fueron el lobo marino de dos pelos antártico y el elefante marino, utilizando dos adjetivos para el lobo marino: curioso e irritable¹⁰.

³ Originalmente en inglés: *albatross, giant petrel, cape petrel, snow petrel, prion, Wilson’s storm petrel, blue-eyed cormorant, snowy sheathbill, skua, kelp gull, Antarctic tern.*

⁴ Originalmente en inglés: *majestic.*

⁵ Originalmente en inglés: *ethereal.*

⁶ Para el caso de los mamíferos marinos utilizamos la taxonomía propuesta por Bastida y Rodríguez (2003) para nombres vulgares y científicos. En los folletos se utilizaron los nombres en inglés, tal cual los escribimos aquí: *Antarctic fur seal, crabeater seal, Weddell seal, leopard seal, elephant seal.*

⁷ Habita en la región interior del *pack* de hielo, zona prácticamente no frecuentada por visitantes,

⁸ Originalmente en inglés: *torpedo-like.*

⁹ Originalmente en inglés: *predatory.*

¹⁰ Originalmente en inglés: *curious, irritable.*

Otras especies de mamíferos marinos mencionadas fueron los cetáceos¹¹, diferenciando la ballena minke antártica (*Balaenoptera bonaerensis*), ballena jorobada o yubarta (*Megaptera novaeangliae*), y la orca (*Orcinus orca*). Las ballenas fueron descritas con adjetivos y con términos¹² que hacen referencia a su comportamiento como majestuosas, enormes, de cristal, mallas de burbuja (para las jorobadas) y en el caso de las orcas, poderosas.

El último grupo de fauna corresponde a los invertebrados, que apenas fueron mencionados: el krill (*Euphasia superba*) y los calamares¹³ (sin especificar géneros). En relación con la flora¹⁴, solamente un folleto se refirió a las dos especies de fanerógamas: pasto en manojo (*Deschampsia antarctica*) y clavel antártico (*Colobanthus quitensis*)¹⁵, bajo el título: “Sabía usted que...?”¹⁶.

Los componentes antrópicos estuvieron presentes en todos los folletos, haciendo especial referencia a exploradores antárticos en general, describiéndolos como grandes y heroicos¹⁷. Aunque ninguno de los expedicionarios antárticos eran escritores profesionales, algunos de ellos tenían talento para la narrativa. De alguna manera, los folletos trataron de recrear los profundos efectos espirituales que la Antártida tenía para estos exploradores, especialmente los de la era heroica, según las relaciones de viaje que escribieron. Un total de ocho exploradores fueron mencionados en los folletos, repitiéndose la mayoría de las veces el de Ernest H. Shackleton, seguido por Juan-Baptiste Charcot y luego por Otto Nordenskjöld. Los

¹¹ Originalmente en inglés: *minke whale, humpback whale, orca*.

¹² Originalmente en inglés: *majestic, huge, crystal, bubble netting, powerful*.

¹³ Originalmente en inglés: *squids*.

¹⁴ Utilizamos el texto de Sánchez (2007) para los dos nombres de las plantas con flores en español.

¹⁵ Originalmente en inglés: *Antarctic hairgrass, Antarctic pearlwort*.

¹⁶ Originalmente en inglés: *Did you know...?*

¹⁷ Originalmente en inglés: *great, heroic*.

nombres de Roald Amundsen, Robert F. Scott, Adrien V. J. de Gerlache, James Cook y Eduard Dallman fueron los de menor frecuencia. La figura de Shackleton es la que lidera este grupo y además se encuentra en los nombres de viajes temáticos sobre historia. Es importante señalar que el reconocimiento a Charcot y a Paul-Emile Victor, quien tuvo un rol distintivo sobre ciencia antártica para Francia en 1947, provienen de un folleto de una operadora turística francesa.

También la ciencia ocupa un lugar en el contenido textual de los folletos, además de las referencias sobre la importancia de la ciencia en la Antártida, algunas estaciones científicas fueron mencionadas como atracción para la visita: Akademik Vernadsky (Ucrania), H. Artowski (Polonia), Esperanza (Argentina), Orcadas (Argentina) y Palmer (Estados Unidos).

Dentro de los componentes abióticos, la palabra hielo y sus derivados¹⁸ y palabras asociadas (témpanos, hielo flotante, hielo escombros, glaciares) fueron mencionadas en los folletos junto con descripciones de color, tamaño y forma, en tanto otros términos fueron utilizados para destacar sensaciones que la vista de este componente podría despertar. Debido a que esta categoría recibió una amplia variedad de palabras para su descripción, se presenta la tabla 7.1. Términos relacionados con restos volcánicos fueron mencionados ocho veces mientras que las montañas tuvieron la menor cantidad de frecuencias (cuatro veces), descritas como blancas, magníficas y nevadas¹⁹.

A manera de síntesis, en la figura 7.3 se presenta la frecuencia de aparición de los diferentes componentes del paisaje antártico.

¹⁸ Originalmente en inglés: *ice* y palabras derivadas y/o asociadas: *icebergs*, *ice flows*, *brash ice*, *glaciers*.

¹⁹ Originalmente en inglés: *white*, *magnificent*, *snow-capped*.

COLOR		TAMAÑO		FORMA		OTROS	
Azul (<i>blue</i>)	4	Masivo (<i>massive</i>)	3	De forma intrincada (<i>intricately-shaped</i>)	2	Majestuoso (<i>majestic</i>)	1
Cristalino (<i>crystalline</i>)	1	Enorme (<i>huge</i>)	2	Encumbrado (<i>towering</i>)	2	Impresionante (<i>breathtaking</i>)	1
Centelleante (<i>sparkling</i>)	1	Giant (<i>gigante</i>)	5	Tablero (<i>tabletop</i>)	3	Magnífico (<i>magnificent</i>)	1
Total	6	Inmenso (<i>immense</i>)	1	Tabular (<i>tabular</i>)	9	Maravilloso (<i>wondrous</i>)	1
		Colosal (<i>colossal</i>)	1	Total	16	Fantástico (<i>fantastic</i>)	1
		Tamaño catedral (<i>cathedral-sized</i>)	1			Misterioso (<i>mysterious</i>)	1
		Total	13			Pintoresco (<i>picturesque</i>)	1
						Poderoso (<i>powerful</i>)	1
						Surrealista (<i>surreal</i>)	1
						Total	9

Nota: entre paréntesis se incluyeron las palabras en inglés, ya que así fueron originalmente escritos los términos.

Tabla 7.1 Frecuencia de aparición de palabras describiendo el componente hielo (*ice*) y sus términos asociados. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados.

Hasta ahora los componentes del paisaje han sido analizados de manera aislada, de acuerdo a cómo aparecían en los folletos, no obstante, el paisaje como un todo también fue considerado en los textos. El paisaje antártico siempre fue referenciado mediante el uso de la hipérbole como un recurso lingüístico para destacar la Antártida en tanto destino superlativo. Esta propiedad del lenguaje es definida por Dann (1996) como el lenguaje de la euforia, rico en superlativos, redundante, como forma elogiosa de expresión (Francesconi, 2011; Gandin, 2015).

Referencias sobre el paisaje antártico fueron dadas 123 veces, utilizando, en el sentido que señala Dann (1996), palabras clave como atributos del destino en relación

con las necesidades del turista potencial, dotando de autenticidad al lugar promocionado. Estas palabras clave se resumen en la figura 7.4.

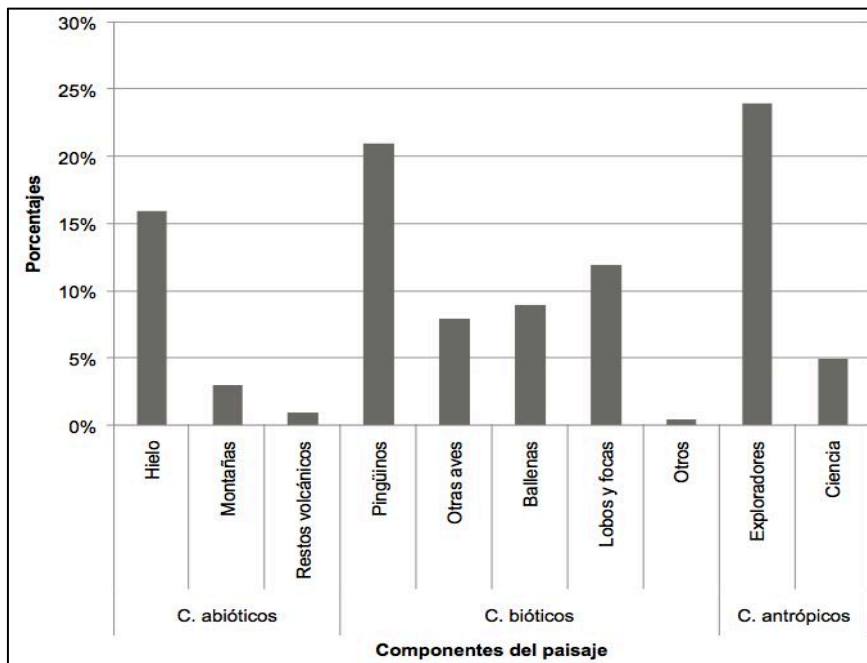


Figura 7.3 Frecuencia de aparición de los componentes del paisaje antártico en el contenido textual. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados.

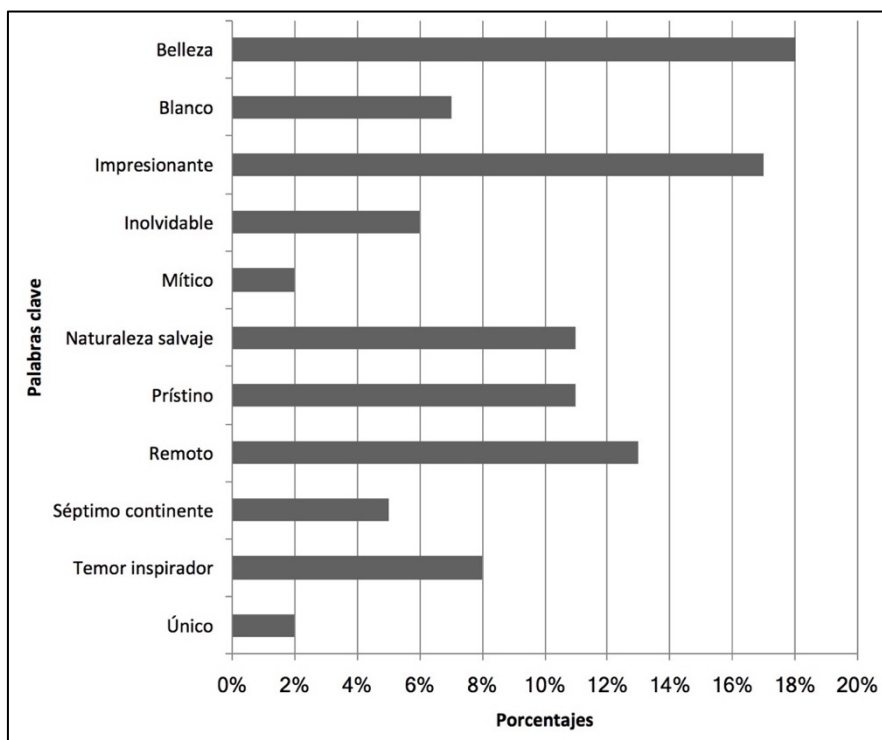


Figura 7.4 Frecuencia de aparición de palabras clave que definen el paisaje antártico. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados.

El uso más recurrente corresponde a la palabra belleza (*beauty*), asociada a adjetivos tales como extraordinaria, impresionante, primigenia, abrumadora, etérea, suprema y sublime²⁰. Dentro del término impresionante (*breathtaking*) se agruparon otros adjetivos que operaron como sinónimos (grandiosa, cautivante, magnífica e imponente²¹). La idea de remoto se presenta con el uso de las palabras: remoto y extremo²² y de expresiones como: borde de las tierras australes, última frontera, límite que solamente poca gente cruza alguna vez²³.

Con el fin de dotar al paisaje antártico con el sentido de pureza, como término correspondiente al estado original o primitivo, el adjetivo prístino²⁴ fue utilizado ampliamente, también en relación con la idea de lugar único y que no ha perdido su belleza natural. En este sentido, el uso de la palabra *wilderness*, que podemos traducir como naturaleza salvaje, le asigna atributos de ambiente singular refiriéndose a una naturaleza congelada e indómita²⁵, el paraíso de la naturaleza salvaje²⁶ y palabras vinculadas con su inmensidad²⁷, tales como vastedad y desierto polar majestuoso²⁸. Los términos derivados de la palabra *awe* en inglés (temor reverencial), que en español se traducen como alucinante, inspirador (*awe-inspiring*) e imponente (*awesome*), también ocuparon un lugar importante. Las otras palabras clave utilizadas demostraron cierto grado de singularidad junto con atributos que expresan un

²⁰ Originalmente en inglés: *extraordinary, breathtaking, primeval, overwhelming, ethereal, supreme, sublime*.

²¹ Originalmente en inglés: *grandiose, captivating, magnificent, stunning*.

²² Originalmente en inglés: *remote, extreme*.

²³ Originalmente en inglés: *edge of southern lands, last frontier, boundary only few people ever cross*.

²⁴ Originalmente en inglés: *pristine*.

²⁵ Originalmente en inglés: *untamed frozen wilderness*.

²⁶ Originalmente en inglés: *wilderness heaven*.

²⁷ Originalmente en inglés: *immensity*.

²⁸ Originalmente en inglés: *vastness, majestic polar desert*.

significado espiritual. A los efectos de proveer un efecto visual sobre las jerarquías que ocuparon estas palabras en el análisis de contenido textual, presentamos en la figura 7.5 una nube con los términos (éstos se muestran en inglés, debido a que fue como originalmente se tomaron de los folletos).



Nota: *breathtaking*: impresionante; *beauty*: belleza; *remote*: remoto; *pristine*: prístino; *wilderness*: naturaleza salvaje; *haunting*: inolvidable; *awe-inspiring*: alucinante, inspirador; *white*: blanco; *7th continent*: séptimo continente; *mythical*: mítico; *unique*: único.

Figura 7.5: Nube con términos resultantes del análisis de contenido textual sobre descriptores del paisaje antártico. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados,

Además, un operador turístico citó textualmente opiniones de pasajeros como otra fuente, provocando que el turista potencial se pudiera sentir identificado con personas que hubieran tenido una experiencia enriquecedora; se presentan tres transcripciones como ejemplo, que muestran interés en la atmósfera amigable de a bordo, lo singular de la experiencia, el rol importante del *staff* de expedición y las preocupaciones por la conservación de la Antártida:

El viaje de toda una vida. El tamaño del buque y el número de pasajeros se tradujo en que fuera muy amigable y que pudiéramos desembarcar muchas veces²⁹ (Judy Davies, Brochure A, pp. 1).

Qué diferencia que hace viajar con gente que disfruta su trabajo, que están genuinamente interesadas en el disfrute de todos, centrados en la seguridad y minimizando el impacto sobre ecosistemas frágiles³⁰ (Craig Goldsmith, Brochure A, pp. 11).

Realmente la experiencia de una vez en la vida. El staff siempre calmo, profesional y eficiente. Una gran aventura³¹ (Garry Buchan-Hepburn, Brochure A, pp 15).

7.4 El contenido visual de los folletos

El contenido visual merece una consideración especial ya que atrapa la atención del turista potencial mediante una atracción inmediata. La imagen ayuda a hacer visible el intangible producto turístico (Francesconi, 2011). Es así como Jenkins señala:

El poder de la imagen visual para inspirar viajes a lugares distantes está muy bien explotado por los constructores de mitos en el marketing turístico y es importante para el entendimiento de la conducta del turista (Jenkins, 2003: 305).

Siguiendo con el análisis de los folletos que presentamos en este capítulo, en relación con el contenido visual, 455 fotografías y 46 mapas fueron utilizados. En la mayoría

²⁹ Originalmente en inglés: *A trip of a lifetime. Ship size and number of passengers meant it was very friendly and we went ashore many times.*

³⁰ Originalmente en inglés: *What a difference it makes to travel with people that enjoy their work, are genuinely interested in the enjoyment of all, focused on safety and minimizing impact on fragile ecosystems.*

³¹ Originalmente en inglés: *Truly a once in a lifetime experience. Staff always calm and professional and efficient. A great adventure.*

de los casos, la distribución de las imágenes siguió el mismo patrón, usando una imagen deslumbrante con colores vivos para la portada, fotos, diversas imágenes de diferentes componentes del paisaje antártico, retratos del *staff*, mapas para cada viaje y varias fotos de pasajeros, con quienes el turista potencial se pudiera sentir identificado.

Para comenzar, se tuvo en consideración en tamaño de las fotos, dividiéndolas en cuatro grupos: i) doble A4, ii) simple A4, iii) mitad A4 y iv) un cuarto de A4 o más pequeñas. La mayoría de las imágenes pertenecieron al último grupo de fotografías menores (78%), seguido por iii) 10%, por ii) 7% y por i) 5% (ver figura 7.6). Con el fin de clasificar las imágenes, el tema principal que aparecía en la foto fue el que se tuvo en cuenta.

A través de las imágenes, los operadores turísticos no solamente promocionan el viaje utilizando fotografías de destacados componentes del paisaje, sino que también muestran características de los servicios que ofrecen abordo, tales como amenidades, miembros del *staff*, el buque, actividades, etc. Porcentajes de la distribución de imágenes según los componentes del paisaje y otras categorías se pueden observar en la tabla 7.2.

Del total de imágenes, el 43% corresponde a las tres categorías de componentes del paisaje que ya se habían analizado en el contenido textual. Los componentes abióticos y bióticos fueron significativamente los más importantes en el contenido visual con un 47% y 44% de representación respectivamente.



Figura 7.6 Ejemplos de imágenes según los tamaños presentados en los folletos. Fuente: elaboración propia a partir de la selección de imágenes de los folletos analizados.

Para cada categoría realizamos una división, siguiendo el mismo criterio que utilizamos para el contenido textual (ver figura 7.7). Las imágenes conteniendo hielo y pingüinos como elementos principales lideraron la participación, alcanzando el 31% y el 26% en cada caso. El hielo se encuentra presente en la mayoría de las imágenes, ocupando un lugar secundario cuando aparece vida silvestre o pasajeros. Entre los pingüinos, el más común es el pingüino de vincha (*Pygoscelis papua*), seguido por el de ojo blanco (*P. adeliae*) y pingüino de barbijo (*P. antarctica*) en último lugar.

Temas	Frecuencias discriminadas	Frecuencias agrupadas
Componentes abióticos	20%	43%
Componentes bióticos	19%	
Componentes antrópicos	4%	
Zodiac con pasajeros	5%	23%
Kayak con pasajeros	2%	
Pasajeros en la Antártida	16%	
<i>Staff</i>	14%	34%
Buque en la Antártida	9%	
Buque (interior-amenidades)	11%	

Tabla 7.2 Distribución de imágenes según temas. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados.

Las montañas se encuentran representadas en un 15%, aunque aparecen en las imágenes, se destaca por sobre ellas la cubierta de hielo, particularmente glaciares de valle.

Imágenes con mamíferos marinos también son importantes en las imágenes, las focas con un 9% y las ballenas con el 7%. Entre las primeras, la más frecuente ha sido la foca cangrejera (*Lobodon carcinopha*), seguida por la foca de Weddell (*Leptonychotes weddellii*), la foca leopardo (*Hydrurga leptonyx*), y por último, el elefante marino del sur (*Mirounga leonina*) y el lobo marino antártico (*Arctocephalus gazella*). En el caso de los cetáceos, la mayoría de las imágenes se refirieron a la ballena jorobada o yubarta (*Megaptera novaeangliae*) y, en menor medida, a la orca (*Orcinus orca*).

Los componentes antrópicos fueron los menos representados en imágenes, se encontraron algunas fotografías de sitios históricos, tales como refugios construidos por exploradores, también estaciones científicas y en cuanto a exploradores, se reprodujeron imágenes relacionadas con John Cook y Ernest Shackleton.

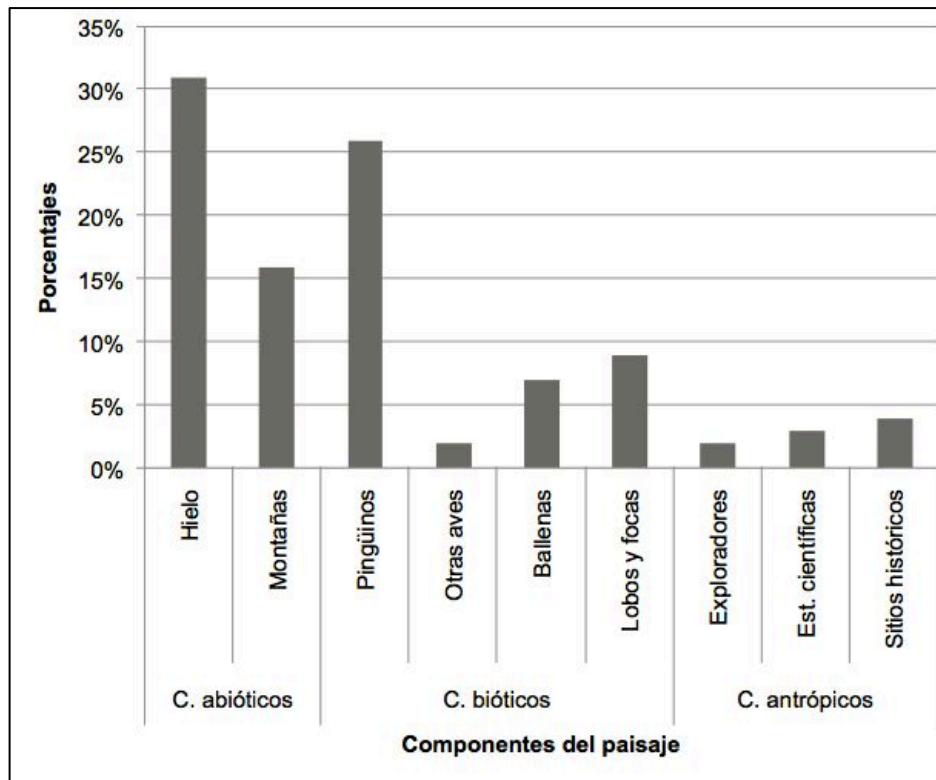


Figura 7.7 Frecuencia de aparición de componentes del paisaje antártico de contenido visual. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados.

7.5 Consideraciones sobre el capítulo

Como venimos señalando en distintas partes de esta tesis, Antártida representa un destino singular asociado a los valores estéticos del paisaje. Al paisaje antártico le fue otorgado el mismo énfasis a través de las palabras clave y de las imágenes utilizadas. Los componentes principales representados por el hielo y la vida silvestre; particularmente los pingüinos fueron reconocidos tanto desde el contenido textual como visual como la especie más carismática, transformándose en especie referente de la Antártida.

Cuando el paisaje antártico es visto como un todo, las palabras clave se repiten: *awe-inspiring, breathtaking, magnificent, pristine, beyond imagination*, funcionando como hipérbole, como lenguaje de la euforia, particularmente utilizado en el lenguaje del

turismo. Como veremos en el capítulo siguiente, los visitantes realizan valoraciones similares, que contribuyen a retroalimentar el círculo de la representación.

CAPÍTULO 8: REPRESENTACIONES Y EXPERIENCIA DEL VIAJE ANTÁRTICO

8.1 Introducción

Este capítulo analiza las representaciones de los visitantes antárticos sobre la Antártida, tomando en consideración las diferentes etapas del viaje en función de la experiencia alcanzada. En este sentido, hemos trabajado a partir de las opiniones de los visitantes que realizaron su viaje antártico a bordo de cruceros de expedición y que realizaron desembarcos en la Antártida en las temporadas turísticas 2012/2013 y 2013/2014.

Para la construcción del formulario se tomó en cuenta la experiencia acumulada mediante estudios previos (Vereda, 2004; 2010) que sirvieron para el planteo de las preguntas, especialmente aquellas de tipo cerradas y de respuesta múltiple, ya que las opciones fueron pensadas a partir de las encuestas llevadas adelante con anterioridad, además, se realizaron pruebas piloto durante la temporada 2011/2012.

El universo correspondió a los visitantes a bordo de cruceros de expedición con desembarcos en la Península Antártica y que hayan utilizado al menos una vez el puerto de Ushuaia para el embarque y/o desembarque. Las encuestas se han llevado adelante en quince buques, correspondientes a operadores turísticos cuyos folletos fueron analizados en el capítulo anterior.

Para las temporadas turísticas en que se desarrollaron las encuestas, el total de pasajeros con las características mencionadas precedentemente, correspondieron a 24.625 para el periodo 2012/2013 y 27.467 para el periodo

siguiente (2013/2014)¹. Un total de 653 formularios válidos para el análisis fueron recuperados, representando un error muestral del 5%, con un nivel de confianza del 95%.

Como ya hemos analizado en los capítulos correspondientes a las aproximaciones teóricas, debido a que la experiencia comprende el periodo de tiempo desde que el visitante anticipa la experiencia, el momento en el que se encuentra en el lugar y el momento posterior al viaje, hemos decidido dividir el cuestionario en tres partes, requiriendo que se completara con una mirada retrospectiva ya que el mismo se repartía al final del viaje. Es así que el formulario fue organizado en función de las siguientes etapas: *a priori*, *in situ* y *a posteriori*.

Las encuestas fueron tomadas una vez finalizado el viaje antártico, durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake o en Ushuaia, mediante un formulario preparado para ser auto administrado en español y en inglés. Con el objeto de complementar la información obtenida a partir de las encuestas, hemos aprovechado los tres viajes en que nos hemos embarcado durante las dos temporadas de análisis para realizar observaciones participantes y conducir entrevistas en profundidad a capitanes y miembros del *staff*, como se señalará oportunamente.

8.2 Perfil sociodemográfico de la muestra

El perfil socio-demográfico de la muestra se presenta en la tabla 8.1. Como puede apreciarse, las mujeres constituyeron el 57,7% y los hombres el 41,5% del total, el rango etario se encontró comprendido entre los 16 y mayores de 65

¹ Argentina, 2014 (Informe elaborado por Vereda y Jensen para la RCTA de ese mismo año).

años, siendo los grupos de los más jóvenes los menos representativos, en tanto que los mayores de 45 años tuvieron la mayor participación. La mayor parte de los encuestados estaban casados o viviendo en pareja. Es importante destacar que un alto porcentaje obtuvieron un título universitario o terciario. En relación con los ingresos mensuales también es significativo que la mayor parte de los respondientes indicaran la opción de ingreso más elevado, seguido por la segunda opción en importancia, en tanto que solamente el 9% señaló el ingreso menor. Estos datos son consistentes con otras investigaciones que definieron el perfil del visitante antártico señalando que se trata de personas con alto nivel adquisitivo, con estudios avanzados y de edad mediana y avanzada (Bauer, 2001; Vereda, 2004; 2010).

En relación con el lugar de residencia, la mayoría de los visitantes viven en Norteamérica (45,5%), específicamente en Estados Unidos (38%), esto también es consistente con las estadísticas por temporada realizadas por Vereda y Jensen (2014). Siguen en importancia² los europeos (28,9%), en este caso, los británicos con el 10% y los alemanes con el 6,4% conforman los grupos más numerosos. Visitantes de Oceanía continúan con el 15,3%, siendo los australianos los predominantes (13,3%). Sudamérica (5,2%), Asia (3,2%) y África (0,8%) fueron los menos representados en la muestra.

² Cabe destacar que en la actualidad el segundo grupo en importancia se encuentra compuesto por chinos, según lo señalan Vereda y Jensen en función del seguimiento por temporada que realizan y que puede consultarse en Argentina, 2017.

Variables	%
<i>Género</i>	
Femenino	57.7
Masculino	41.5
Ns/Nc	0.8
<i>Edad</i>	
16-24 años	2.3
25-44 años	24.5
45-64 años	44.3
65 años y más	28.5
Ns/Nc	0.5
<i>Estado civil</i>	
Soltero	28.8
Casado/viviendo en pareja	58.8
Separado/divorciado	8.1
Viudo	3.5
Ns/Nc	0.8
<i>Lugar de residencia según región</i>	
África	0.8
Norteamérica	45.5
Sudamérica	5.2
Asia	3.2
Europa	28.9
Oceanía	15.3
Ns/Nc	1.1
<i>Nivel de estudios</i>	
Sin estudios	0.2
Primarios	0.2
Secundarios	7.4
Terciarios/universitarios	91.3
Ns/Nc	0.9
<i>Ocupación</i>	
Empleado	45.2
Desempleado	0.5
Autónomo	16.1

Estudiante	2.8
Ama de casa	2
Jubilado	33.2
Ns/Nc	0.2
<i>Ingreso mensual</i>	
U\$S 0-1,700	9
U\$S 1,701-3,500	25,1
U\$S 3,501 and over	59,3
Ns/Nc	6,6

Tabla 8.1 Características socio-demográficas de la muestra. Fuente: elaboración propia.

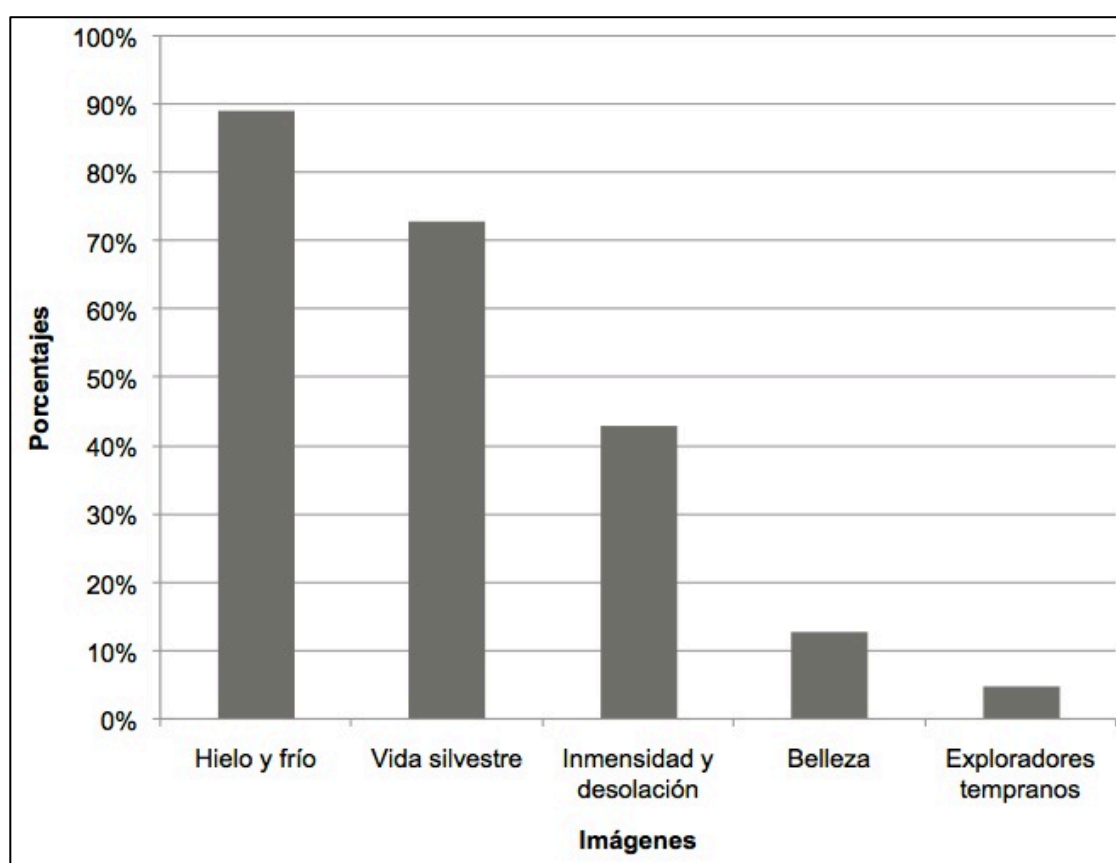
Con la idea de completar el perfil del visitante antártico, también se consultó si era su primer viaje a la Antártida. Al respecto, el 94% manifestó que sí, en tanto que para el 6% restante se trataba del segundo viaje y, en menor medida, del tercero, un 3% que eligieron el mismo barco y la misma compañía para repetir el viaje antártico.

8.3 Imágenes antárticas previas a la partida

Debido a que la instancia previa del viaje se caracteriza por la intangibilidad del producto turístico, la imagen, entendida como la percepción global (Bigné y Sánchez, 2001) o representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino turístico (Baloglu y McCleary, 1999; Camprubí et al., 2009), cobra un especial valor como única referencia previa a la experiencia, provocándonos la necesidad de conocer cómo esta imagen previa es contrastada con la experiencia en el lugar.

Con el objeto de conocer la percepción sobre la Antártida previa al viaje que se había formado el visitante se preguntó qué imágenes le venían a la mente cuando pensaba en la Antártida. Al tratarse de una pregunta abierta, se

obtuvieron diversas respuestas sobre las que se establecieron categorías, por un lado, en relación con elementos cognitivos, bien concretos como la vida silvestre, elementos asociados al hielo, inmensidad e historia. Por otro lado, se encontraron percepciones vinculadas a atributos más abstractos, referidos a sensaciones producidas ante la idea de una visita a la Antártida, de carácter más afectivo. En relación con la vida silvestre, los pingüinos ocuparon el primer lugar (58%), seguidos por las ballenas (18%). Ver figura 8.1.



Nota: los encuestados eligieron más de una opción.

Figura 8.1 Imágenes en la mente de los visitantes antes del viaje. Fuente: elaboración propia.

La fase previa de anticipación de la experiencia no es estática y, entonces, puede estar afectada por experiencias previas que moldean esas representaciones. Observamos que la formación de la imagen percibida se funda en distintas fuentes de información, revisadas en el lugar de residencia, factores que inciden

directamente en la formación de expectativas. Para el caso del visitante antártico, estos flujos de información los constituyen los folletos, documentales, narrativas de exploradores tempranos, fotografías, guías de viaje, conferencias, Internet, etc. Varios factores que influyeron sobre las expectativas del visitante antártico fueron identificados, cuyos resultados se observan en la tabla 8.2. La mayoría de los factores se refieren a la experiencia previa de los visitantes, mostrando interés en la vida silvestre, sentimiento de exploración, paisaje antártico, aprendizaje y temas ambientales. Factores relacionados con la comunicación externa incluyen documentales y lectura general sobre la Antártida. Prácticamente, todos estos ítems están estrechamente vinculados con fuentes de información que alimentan la intención de los visitantes por el aprendizaje.

Experiencia pasada	%	Por boca de otros	%	Comunicación externa	%
Interés en la vida natural	67	Recomendación de otros	32	Documentales	49
Sentimiento de exploración	60			Material de lectura	30
Paisaje antártico	59			Relaciones de viaje de exploradores	17
Interés en aprender	50			Catálogos de viaje	15
Interés en temas ambientales	36				

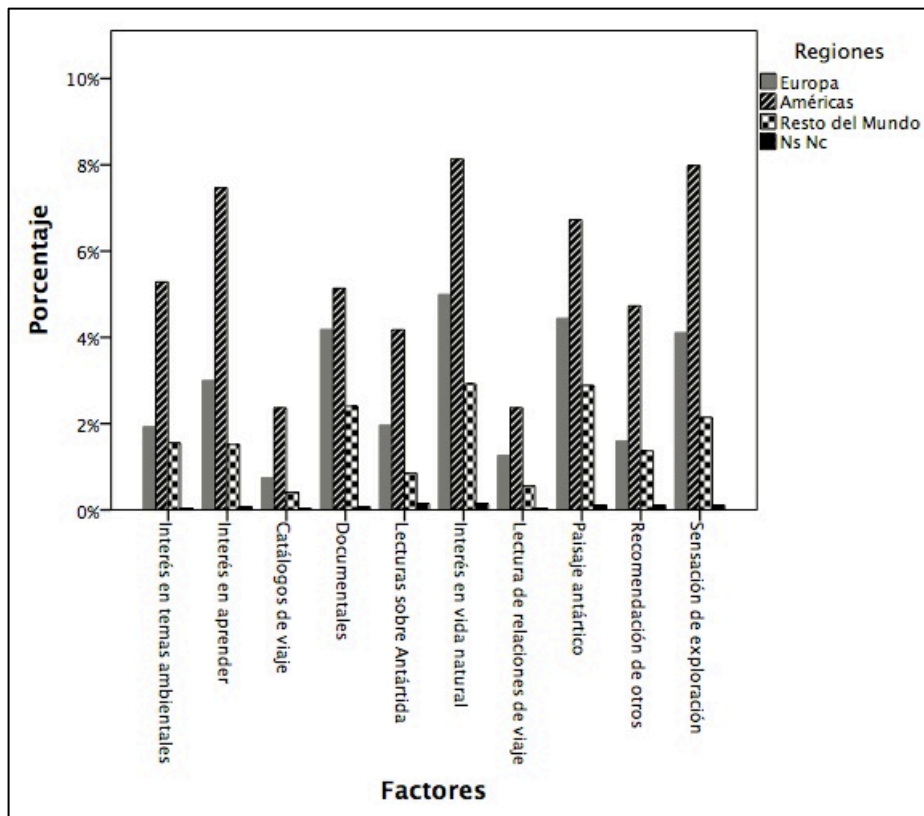
Nota: los encuestados eligieron más de una opción.

Tabla 8.2 Factores generadores de expectativas. Fuente: elaboración propia.

Debido a que el lugar de residencia es un elemento determinante en la formación de representaciones, se realizó una tabla de contingencia que nos permite relacionar la variable factores con la de lugar de residencia (es importante

destacar que hemos agrupado los países de residencia en regiones para obtener resultados más fácilmente visibles; ver figura 8.2)

De este modo, se estimula el comienzo de un proceso de evaluación sobre el lugar, configurando una construcción mental sobre la Antártida como destino turístico. Los factores mencionados anteriormente cumplen un rol importante en la generación de expectativas de los visitantes antárticos.



Nota 1: los encuestados eligieron más de una opción.

Nota 2: la prueba estadística χ^2 ha arrojado resultados válidos para establecer la relación con algunas variables, según se muestra en la tabla debajo.

Relación entre variables	Sig. asintótica bilateral
Regiones y Recomendación de otros	0,002
Regiones e Interés en aprender	0,000
Regiones e Interés en temas medioambientales	0,002
Regiones y Lectura sobre Antártida	0,003
Regiones y Sesación de exploración	0,002

Figura 8.2 Factores según lugar de residencia. Fuente: elaboración propia.

Es importante señalar que las expectativas son consideradas como creencias *a priori* que el individuo tiene sobre la experiencia futura en el destino; la anticipación subyace a estos pensamientos previos. Por este motivo, realizamos una pregunta abierta para que distintas alternativas surgieran de los visitantes. En consecuencia, pudimos distinguir tres grandes grupos: naturaleza, obtener una experiencia y aventura. Dentro de la categoría naturaleza se contempló la observación del paisaje antártico (54%) y la vida silvestre (40%), como grupo diferenciado. En la categoría vinculada con la experiencia (48%) se incorporó también la idea de aprendizaje como parte de la experiencia buscada. La última categoría aventura, incluyó la exploración entre las expectativas, con un 14%. En la figura 8.3 se presentan las expectativas de los encuestados según los grupos de edad, observándose cómo las personas de más edad valoran la opción de obtener experiencia y naturaleza.

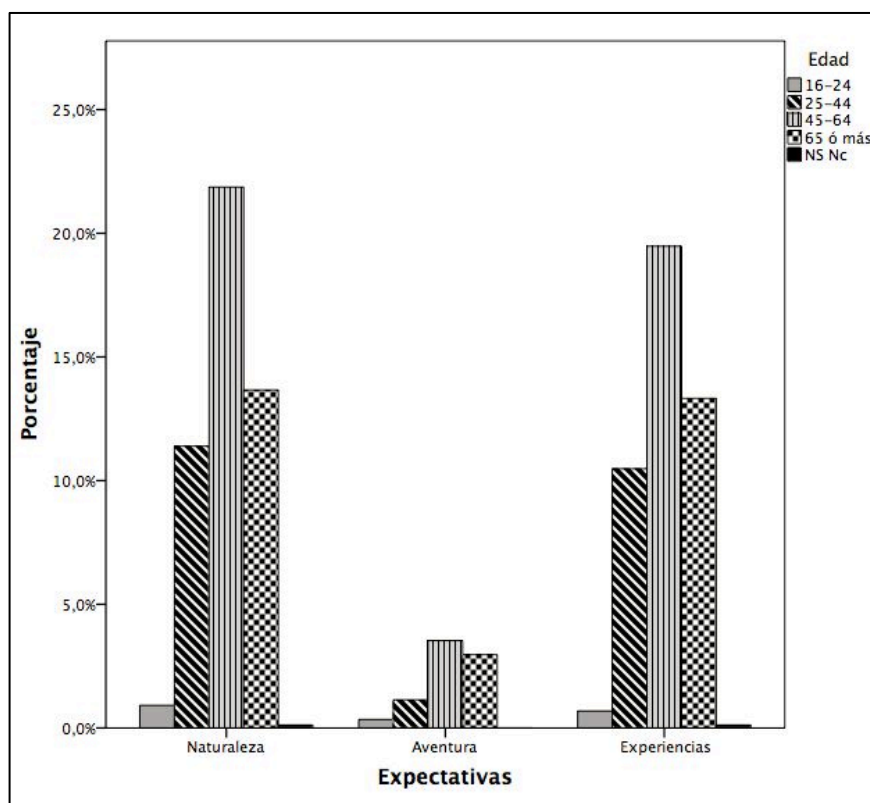


Figura 8.3 Expectativas según grupos etarios. Fuente: elaboración propia.

Con el fin de completar las ideas de representaciones *a priori*, se incluyó una última pregunta en un intento de conocer qué les hizo decidir finalmente tomar el viaje antártico. En este punto encontramos que las decisiones se fundamentaron en el hecho de adquirir experiencia, en parte relacionada con la visita a un lugar único junto con la idea de la experiencia de una vez en la vida. La naturaleza nuevamente es importante en el proceso de toma de decisiones. Se destaca el vivir una experiencia singular con un 57%, de ese porcentaje, el 32% señaló que el séptimo continente constituyó su decisión principal para realizar el viaje mientras que el otro 25% coincidió en vivir la experiencia de una vez en la vida. Para el 37% la naturaleza fue el ítem principal y solamente el 3% seleccionó la historia.

8.4 La experiencia de los visitantes *in situ*

Para la construcción de una serie de afirmaciones que permitieran definir las valoraciones del visitante antártico una vez sustanciada la experiencia del viaje, se tomaron en cuenta dos fuentes de información. Por un lado, se consideraron trabajos previos que han analizado la evaluación de la experiencia de los visitantes antárticos (Vereda, 2004; 2010) donde se obtuvieron diversas expresiones que le otorgaron valor al ambiente antártico, conectado con sus cualidades estéticas, la idea de salvaje se reforzó y aspectos tales como el extremo del mundo, fin del mundo, pristinidad y unicidad constituyeron un lugar importante en las representaciones.

Por otra parte, se tuvieron en cuenta los aspectos que contribuyeron a definir la idea de naturaleza salvaje (*wilderness*)³ desde la perspectiva de la experiencia:

- Carácter primitivo: en contraste con la vida que ofrece la sociedad moderna y tecnológica.
- Atemporalidad: posibilidad de liberarse de la rutina cotidiana, perdiendo la noción del tiempo.
- Soledad: permite el disfrute de la naturaleza en tranquilidad.
- Encuentro con uno mismo: oportunidad de reencuentro con uno mismo y con un entorno prístino.
- Cuidado: la no alteración del entorno.

De esta manera, se construyeron catorce enunciados que los encuestados valoraron, indicando su grado de acuerdo con estas afirmaciones utilizando una escala Likert de 5 posiciones, donde 1 corresponde a un fuerte desacuerdo en tanto que 5 a un fuerte acuerdo. Se obtuvo la media aritmética para cada afirmación según se presenta en la tabla 8.3.

Afirmaciones		N	Media	Desv. St.	Varianza
A	Me sentí totalmente inmerso en la naturaleza prístina y salvaje	653	4.53	.681	.464
B	Nunca me preocupé por saber qué hora era	653	4.13	.955	.911
C	Realmente sentí las dificultades de los primeros exploradores en semejante lugar extremo	653	4.47	.766	.587
D	Sentí la sensación de un tiempo anterior y más dramático en la historia	653	4.15	.902	.813
E	Sentí una sensación especial de lo	653	4.49	.777	.603

³ Se trata de aspectos tomados a partir de escritos de naturalistas (Thoreau, Muir, Leopold) y que recogen Borrie y Roggenbuck (2001) en relación con el término *wilderness* en inglés.

Afirmaciones		N	Media	Desv. St.	Varianza
	remoto, lejos de ciudades y de gente				
F	Experimenté la simplicidad de la vida	653	3.71	1.160	1.346
G	Sentí los latidos de la Tierra	653	3.68	1.150	1.323
H	Sentí un temor reverencial en relación con la creación de la naturaleza	653	4.56	.788	.621
I	Me sentí humilde ante la naturaleza que me rodeaba	653	4.52	.753	.567
J	Haber navegado bien al Sur me hizo sentir en el fin del mundo	653	4.14	1.010	1.019
K	Sentí la tranquilidad y paz de la Antártida	653	4.56	.706	.499
L	El ambiente estaba libre del ruido generado por el hombre	653	4.37	.890	.793
LL	Tomé conciencia sobre la necesidad de cuidar los ambientes frágiles	653	4.46	.809	.654
M	Este viaje resultó una experiencia enriquecedora de vida, opuesto a unas vacaciones comunes	653	4.63	.682	.466

Tabla 8.3 Valoraciones de los visitantes. Fuente: elaboración propia.

En función de estas medias obtenidas es posible observar que todos los puntos alcanzaron un alto grado de acuerdo. La afirmación “M” obtuvo el mayor puntaje, indicando que el viaje supuso una experiencia de calidad y que no se puede comparar con otras experiencias por su singularidad. Otro punto importante desde el acuerdo ha sido el “H”, que retoma la idea “temor reverencial”, término que adquirió notoriedad durante el siglo XVII para definir sensaciones vinculadas a los grandes elementos del cosmos como montañas, desiertos, océanos (González Bernáldez, 1981).

Otros ítems relevantes han sido el “A”, “I” y “K” que destacan el valor de la naturaleza en su estado más original y la sensación de humildad frente a ella y los atributos de la Antártida de paz y tranquilidad.

8.5 El juicio *a posteriori*: la satisfacción de la visita

El proceso de satisfacción puede ser definido como una actitud post-experiencia.

Comprende atributos instrumentales y expresivos; los primeros se refieren a productos físicos o los medios para alcanzar las metas de los turistas, en tanto los segundos involucran respuestas al paisaje, la belleza, la vida silvestre y logros de metas para el viaje (Pearce, 2010). Además, la satisfacción se alcanza siempre y cuando la experiencia resultante les agregue valor a las expectativas (Kotler et al., 2005). Es decir, que se trata de un juicio cognitivo-afectivo que deriva de la experiencia del visitante en relación con el producto y/o servicio.

En este sentido, se les solicitó a los encuestados que indicaran el grado de satisfacción alcanzado mediante una escala Likert de 5 posiciones. Se obtuvieron muy altos niveles de satisfacción, como puede observarse en la figura 8.4. Es importante destacar que más del 70% superó sus expectativas (mucho más de lo esperado) y casi el 20% señaló que logró más de lo esperado, en general, prácticamente todos lograron cumplir sus expectativas.

Como puede observarse en la figura 8.5 se realizó un cruce de variables entre nivel de satisfacción y expectativas, para la mayoría de los visitantes que alcanzaron el más alto nivel de satisfacción, sus expectativas se relacionaron con paisaje, experiencia y vida silvestre.

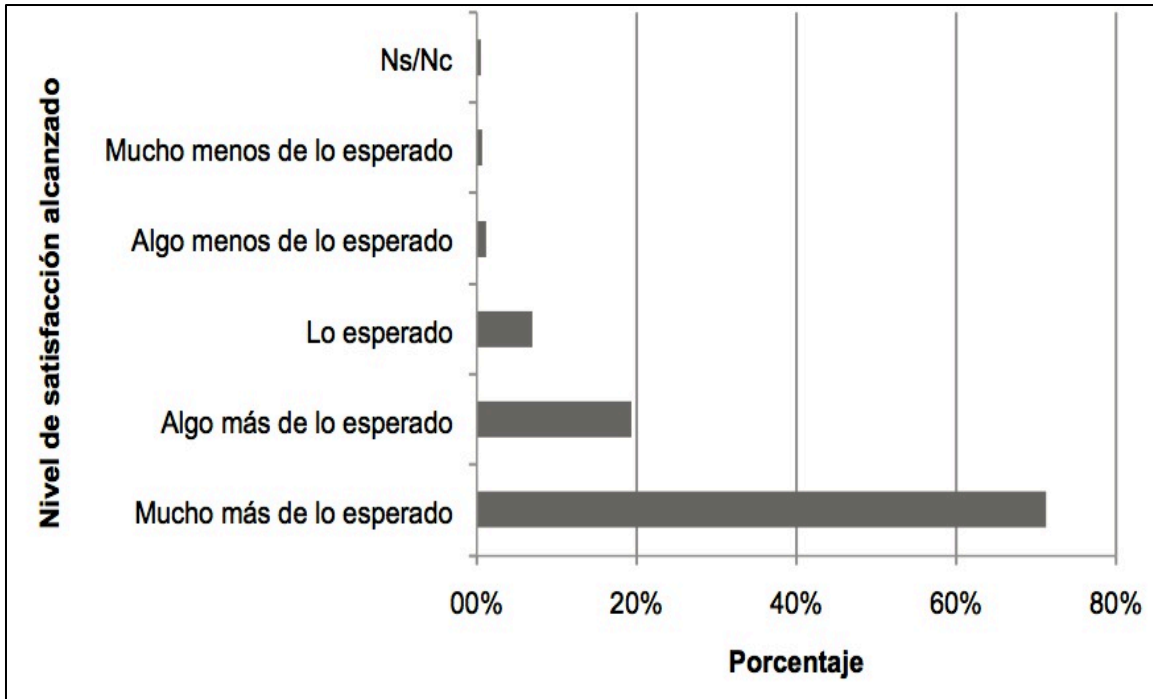


Figura 8.4 Satisfacción alcanzada. Fuente: elaboración propia.

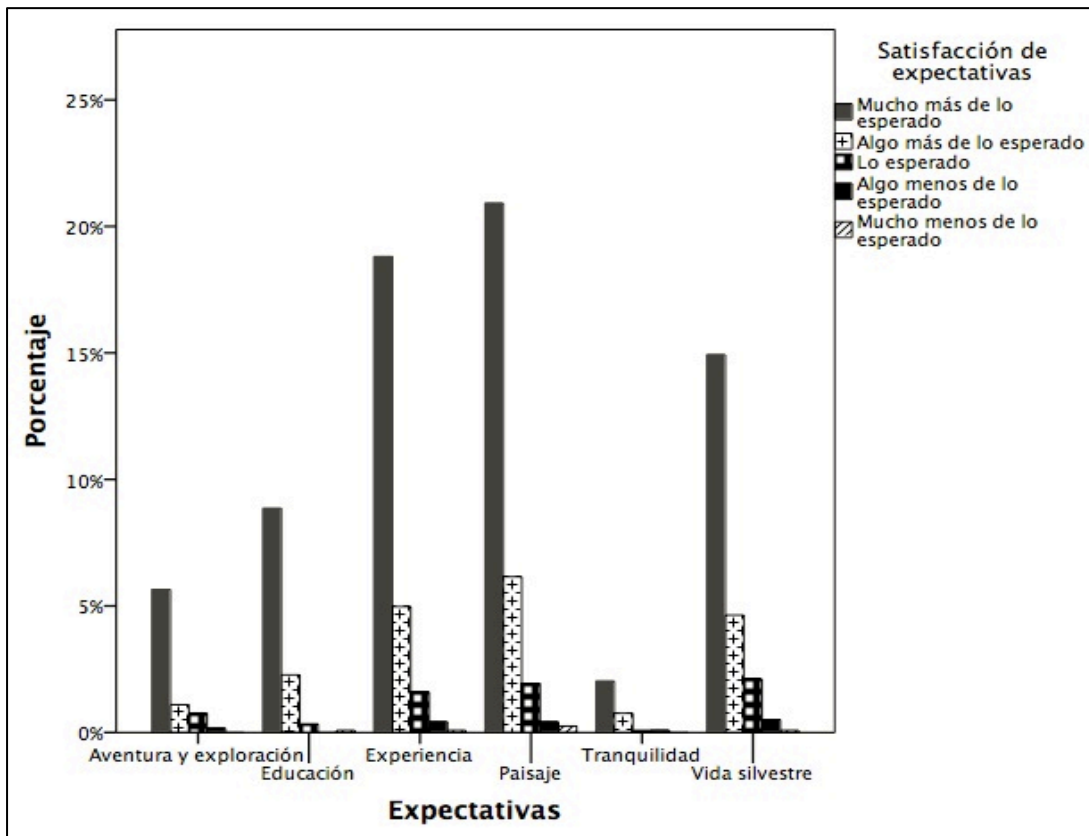


Figura 8.5 Relación entre nivel de satisfacción y expectativas. Fuente: elaboración propia.

Asimismo, se les consultó las razones por las cuales sus expectativas habían sido cumplidas o no, mediante una pregunta abierta, por lo cual las respuestas fueron agrupadas en distintas categorías. Sobre el primer caso, aquellos que superaron sus expectativas, los motivos que les permitieron tener tan alta satisfacción, básicamente estuvieron relacionados con la belleza de la Antártida (37%), la experiencia de aprendizaje del viaje (18%), la emoción como efecto no anticipado en las expectativas y la sensación de remoto y la observación de vida silvestre también fueron mencionados, con el 11% y 9%, respectivamente. En relación con la no satisfacción, que correspondió al 2% del total, nos encontramos con cambios en el itinerario debido a diversas circunstancias (evacuaciones por cuestiones de salud, condiciones meteorológicas adversas, etc.), poca diversidad de fauna, pobre avistaje de mamíferos marinos, especialmente ballenas y orcas.

Por otra parte, se reforzó la mirada sobre los componentes solicitando a los encuestados que refirieran con qué palabras describirían ciertos componentes de la escena antártica luego de haber tenido la experiencia del viaje. Al respecto, se puede observar que en la mirada sobre el paisaje antártico predomina la idea de “temor reverencial”, término que adquirió notoriedad durante el siglo XVII para definir sensaciones vinculadas a los grandes elementos del cosmos (montañas, desiertos y océanos) y que en la actualidad utilizan los viajeros modernos para expresar sus sentimientos hacia un espacio que los asombra y cautiva. Una idea similar se traslada para calificar a los témpanos y glaciares mediante el uso de la palabra “imponente”. En relación con la fauna, se han utilizado adjetivos que permiten identificar a los pingüinos y ballenas como especies carismáticas, destacándose particularmente los pingüinos como referente emblemático de la

Antártida. La visita a sitios históricos produjo en los pasajeros la generación de imágenes asociadas a privaciones en relación con un entorno hostil, con dificultades para la supervivencia. Las bases fueron definidas teniendo en cuenta la ubicación distante de la Antártida, su condición de aislamiento y el compromiso con la investigación científica. En general, los términos empleados asignan valoraciones específicas vinculadas a la calidad estética del paisaje, probablemente estas valoraciones se encuentren relacionadas con la impresión que produce la lejanía de la Antártida de espacios industrializados como así también su estado de pristinidad (ver tabla 8.4).

Paisaje antártico y sus componentes	Palabras clave	
Escena (conjunto de montañas, hielo, mar...)	Temor reverencial	42%
	Impresionante	28%
	Prístino	22%
	Belleza	6%
	NsNc	2%
Hielo (témpanos)	Masivo/enorme	31%
	Imponente	27%
	Belleza	24%
	Colorido	14%
	NsNc	4%
Glaciares	Prístino	28%
	Imponente	27%
	Temor reverencial	23%
	Vastedad/grandeza	20%
	NsNc	2%
Pingüinos	Adorable	63%
	Increíble	30%
	Pacífico	3%
	NsNc	3%
	Elegante	33%
	Impresionante	29%

Paisaje antártico y sus componentes	Palabras clave	
Albatros	Libertad	17%
	Grande	13%
	NsNc	8%
Ballenas	Impresionante	23%
	Gigante	23%
	Elegante	20%
	Escasa	11%
	NsNc	9%
Orcas	Impresionante	25%
	Escasa	10%
	Predadora	9%
	Misterio	9%
	NsNc	47%
Exploradores/Sitios históricos	Adversidad	40%
	Importante	22%
	Épico	20%
	Respeto	10%
	NsNc	8%
Estaciones científicas	Importante	43%
	Remoto	25%
	Compromiso	14%
	Respeto	12%
	NsNc	6%

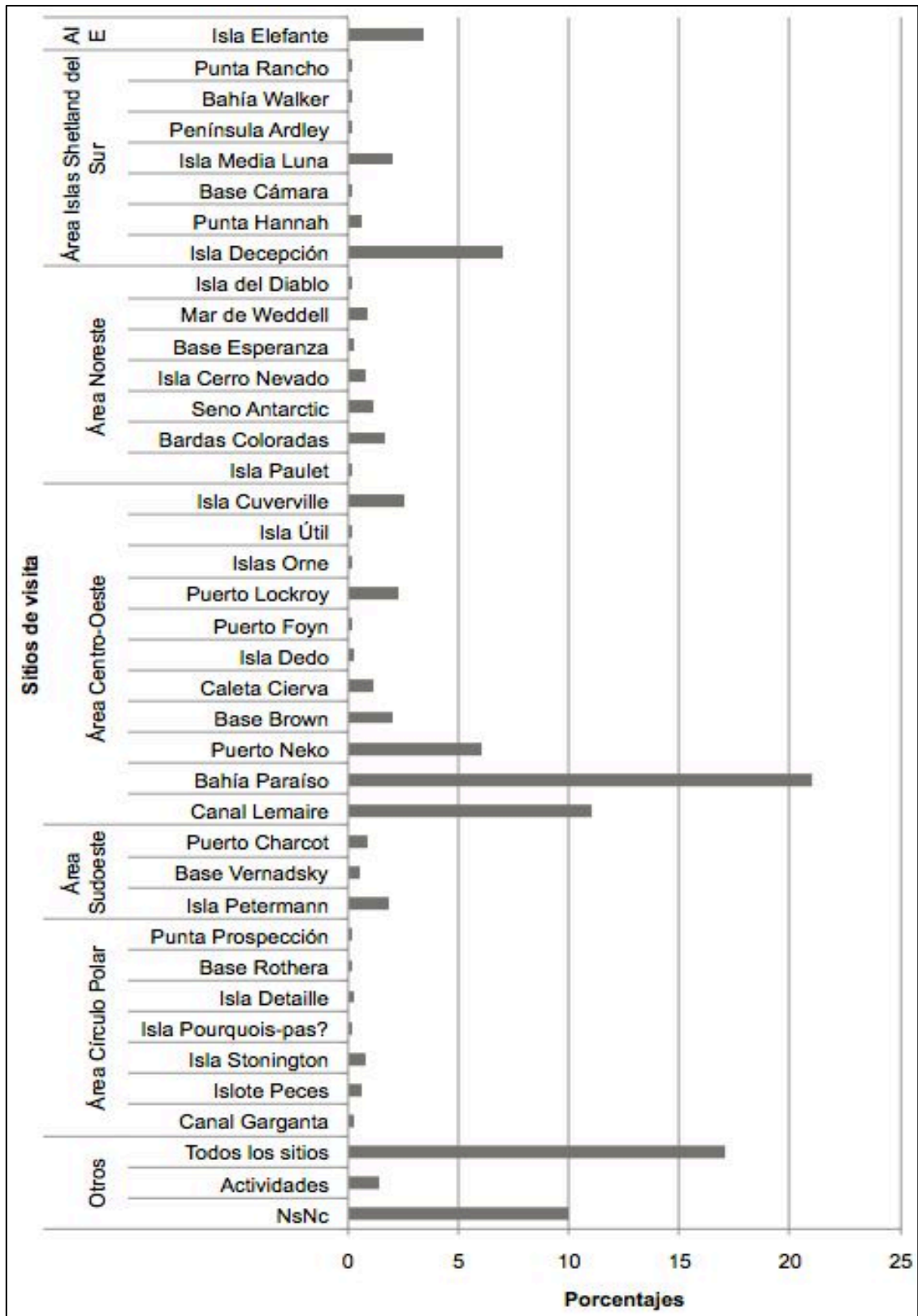
Tabla 8.4 Asignación de palabras clave para los componentes del paisaje. Fuente: elaboración propia.

Por último, se les solicitó a los encuestados indicar cuál había sido el sitio de visita en la Antártida que más les había gustado, obteniendo un muy diverso rango de respuestas. El 17% señaló que no podían identificar solamente un lugar como relevante. Un total de 33 lugares fueron mencionados, pero Bahía Paraíso estuvo entre los favoritos con el 21%, seguido por el Canal Lemaire con el 11% de las preferencias, Isla Decepción (7%) y Puerto Neko (6%). En la figura 8.6 se

pueden observar todos los sitios de visita identificados por los encuestados, se los organizó por áreas con el fin de ubicarlos más fácilmente, siguiendo la distribución propuesta que presentamos en el Capítulo 5 de esta tesis. Es así como se distinguen los sitios preferidos en el área centro-oeste de la Península Antártica, junto con Isla Decepción, como se señaló en el párrafo precedente. Estas áreas de visita coinciden con las más visitadas durante la temporada turística. En algunos casos se manifestó que preferían los sitios donde habían desarrollado actividades, pero no especificaron los nombres de los mismos.

Como ya hemos señalado en el Capítulo 4 sobre la metodología utilizada en esta tesis, hemos realizado entrevistas a informantes clave con el objeto de reforzar las respuestas obtenidas en las encuestas. En este sentido, presentamos la puntuación que los miembros del *staff* de expedición les otorgaron a distintos componentes del paisaje antártico en función de su percepción sobre el nivel de influencia que estos componentes tienen en la construcción de la experiencia de los pasajeros, también incluimos los ítems conferencias, servicios a bordo y condiciones meteorológicas adversas, considerándolos parte en la construcción de la experiencia. Recordamos que fueron 20 miembros del *staff* los entrevistados y que los mismos cubrieron diferentes roles a bordo.

En los componentes mejor calificados vemos que se refuerzan las respuestas, especialmente lo relativo a la escena antártica que alcanzó el máximo puntaje a través de la media, seguido por témpanos y pingüinos (tabla 8.5).



Nota: Los nombres geográficos fueron tomados del *Composite Gazetteer of Antarctica*, Scientific Committee on Antarctic Research (SCAR): <http://www.scar.org/cga>, accedido por última vez el 15 de enero de 2017. También se consultó: Morandi, M. C. (1993).

Figura 8.6 Sitios preferidos de la experiencia turística. Fuente: elaboración propia.

Afirmaciones		N	Media	Desv. St.	Varianza
A	Escena antártica	20	5	0,000	0,000
B	Glaciares	20	4,80	0,410	0,168
C	Montañas	20	4,35	0,745	0,555
D	Témpanos	20	4,95	0,224	0,050
E	Pingüinos	20	4,85	0,366	0,134
F	Albatros	20	4,05	0,759	0,576
G	Petreles	20	3,45	0,999	0,997
H	Ballenas	20	4,60	0,754	0,568
I	Orcas	20	4,70	0,657	0,432
J	Lobos y focas	20	4,15	0,933	0,871
K	Sitios históricos	20	3,70	0,657	0,432
L	Estaciones científicas	20	3,25	0,910	0,829
LL	Conferencias	20	4,05	0,686	0,471
M	Servicios a bordo	20	3,90	0,852	0,726
N	Condiciones meteorológicas adversas	20	3,45	0,945	0,892

Nota: La escala Likert de cinco posiciones fue construida considerando que el 1 corresponde a un fuerte desacuerdo en tanto el 5 a un fuerte acuerdo.

Tabla 8.5 Percepción de los miembros del *staff* sobre cómo valoran los visitantes los componentes del paisaje. Fuente: elaboración propia.

Sobre los sitios de visita, el 35 % del *staff* entrevistado coincidió en Bahía Paraíso como uno de los sitios preferidos, seguido de Puerto Lockroy e Isla Decepción. La opinión de los capitanes es la misma respecto de Bahía Paraíso y el Canal Lemaire. En este sentido, uno de ellos opina sobre el Canal Lemaire: "(...) que nosotros despectivamente decimos el Canal Kodak, porque es el más fotografiado, y es el más promocionado. Bahía Paraíso es igual" (entrevista C1). Los capitanes suman el área del Estrecho Antarctic en las navegaciones al Mar de Weddell, donde los témpanos tabulares ocupan un lugar importante en la

escena. El entrevistado C1 señala que los fuelles de Neptuno, en la Isla Decepción, también generan interés para los pasajeros.

8.6 Consideraciones del capítulo

Como hemos observado a lo largo de este capítulo, los visitantes consideran la Antártida como un destino especial asociado a un paisaje prístino, remoto con vida silvestre excepcional. Estos atributos refuerzan la idea del *wilderness* o naturaleza salvaje, el último lugar en la Tierra y ambientes únicos que motivan las visitas turísticas. Diferentes factores ejercen una gran influencia sobre las representaciones previas al viaje. Cabe destacar que las altas expectativas previas al viaje son mayoritariamente superadas durante la experiencia. Este proceso de satisfacción se logra una vez que la experiencia en el lugar es comparada y evaluada en función de esas imágenes previas.

Asimismo, vemos que los resultados que arrojaron las encuestas y las entrevistas coinciden con los aspectos que resaltamos en el capítulo anterior en relación con el lenguaje del turismo que surgió del análisis de los folletos, reforzando la idea del círculo de representación propuesto por Jenkins (2003).

CAPÍTULO 9: COMPORTAMIENTO DE LOS VISITANTES EN EL VIAJE ANTÁRTICO

9.1 Introducción

La observación participante a bordo de los cruceros de expedición nos ha permitido conocer dos tipos de comportamiento. Por un lado, el de las operadoras turísticas en cuanto a la selección de lugares, formas de presentación de los recursos presentes en los sitios de visita, organización de las actividades, entre otros. Por otro lado, nos hemos aproximado a la experiencia directa de los visitantes en el lugar, brindándonos un acercamiento a su forma de recorrer el espacio, mirarlo, compartir experiencias, etc.

En función de las notas de campo, presentamos los resultados organizados según patrones de comportamiento que observamos se repitieron en los tres casos de estudio en función de la organización propuesta por las operadoras turísticas en tres momentos diferentes (zarpe de Ushuaia y cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake, Península Antártica, Viaje de regreso) y, por último, incorporamos tres cuadros que corresponden a cada itinerario realizado.

9.2 Zarpe de Ushuaia, cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake

En general, los pasajeros comenzaron a embarcar alrededor de las 16:00 y los buques zarparon de Ushuaia entre las 18:00 y 20:00 horas. Inmediatamente después se organizó un brindis de bienvenida donde se presentó el capitán, tripulantes y miembros del *staff* de expedición, destacando sus funciones. Si bien los cruceros de expedición cuentan con poco espacio destinado a las amenidades, las reuniones se realizaron en un salón vinculado generalmente con el bar, donde todos

los pasajeros pueden estar simultáneamente. Se trata de un momento de encuentro donde las conversaciones más frecuentes versaron sobre el lugar de origen, motivaciones del viaje y expectativas. A su vez, se desarrolló una pequeña charla sobre cuestiones generales del viaje.

Además, se brindaron las instrucciones para realizar el “zafarrancho” o el simulacro ante incidentes y/o accidentes, es decir, la aplicación de las normas de seguridad, de carácter obligatorio.

También se destacó la política de las compañías de “puente abierto”, permitiendo que los pasajeros pudieran dirigirse a éste cuándo así lo desearan, independientemente de las operaciones que se estuviesen llevando adelante.

Cuando se terminó de brindar la información general sobre el crucero y la práctica de zafarrancho, la mayoría de los pasajeros aprovechó el tiempo restante para tomar fotografías en las cubiertas hasta el momento de la cena.

Una vez fuera de la protección que brinda el Canal Beagle y al llegar al sur del Cabo de Hornos, se ingresó en el Mar de Hoces o Pasaje Drake. Este paso marítimo entre los océanos Pacífico y Atlántico presenta momentos difíciles para los pasajeros por la inestabilidad del buque, generando poca presencia de gente en los momentos de comidas, de asistencia a las conferencias y de observación en cubierta; el cruce dura aproximadamente 36 horas. Se observó, al menos en dos de las embarcaciones, una constante preocupación por conocer los partes meteorológicos. También se advirtió sobre el “mal del mar” y se sugería consultar al médico de a bordo por medicación.

Las aves que pueden observarse en este cruce hacia la Península Antártica corresponden a aves pelágicas como albatros y petreles, sin embargo, fueron pocas las personas que salieron a cubierta para verlos, únicamente quienes tenían como

principal motivación del viaje la observación de aves, conocidos en la jerga de los viajes especializados como *birdwatchers*, estos pasajeros contaban con un guía que había viajado con ellos para orientarlos en la observación.

Un rasgo distintivo de los viajes antárticos de expedición se relaciona con las conferencias (*lectures*) que se brindan a bordo. Estos viajes se caracterizan por ser educacionales y en generar conciencia sobre temas antárticos. Durante el tránsito por el Mar de Hoces o Pasaje Drake se organizaron varias conferencias que entendemos cumplen con un doble rol, por un lado, preparar a los pasajeros sobre el destino que van a visitar y, por otro, mantenerlos ocupados durante prácticamente dos días de navegación franca, sin desembarcos, en buques relativamente pequeños y sin oferta de amenidades.

Las conferencias que se organizaron en los buques donde realizamos las observaciones se enumeran en la tabla 9.1 (ver también figura 9.1). La mayoría de las conferencias duraron entre cuarenta minutos y una hora, presentadas en modalidad *powerpoint*, por un miembro del *staff* de la expedición.

Asimismo, en el horario próximo a la cena, se proyectaron documentales que se detallan en la tabla 9.2.

Por otra parte, de carácter obligatorio fue asistir a la charla (*briefing*) sobre las directrices y regulaciones para los visitantes en la Antártida, donde se enfatizó la necesidad de llevar adelante un turismo responsable. Se destacó el rol de la IAATO y del Sistema del Tratado Antártico.

Conferencia	Crucero
Mamíferos marinos en el Océano Austral ¹ (<i>Marine mammals in the Southern Ocean</i>)	A
Pingüinos en la Antártida (<i>Penguins in Antarctica</i>)	
Aves marinas (<i>Seabirds</i>)	
Pinípedos (<i>Pinnipeds</i>)	
Aves de las tormentas (<i>Storm birds</i>)	B
Ballena de un cuento ² (<i>Whale of a tale</i>)	
Rocas versus hielo (<i>Rock vs. Ice</i>)	
Aves marinas del Pasaje Drake (<i>Seabirds of the Drake Passage</i>)	C
Geografía antártica (<i>Antarctic geography</i>)	
Pingüinos (<i>Penguins</i>)	

Nota: No se identifican los cruceros por su nombre para mantener la confidencialidad.

Tabla N° 9.1 Conferencias llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake. Fuente: elaboración propia.

Películas y/o documentales	Crucero
Cabo de Hornos (<i>Cape Horn</i>)	A
El viaje de Dame Ellen Macarthur en velero (<i>Dame Ellen Macarthur' sailing voyage</i>)	B
Mundos de hielo (<i>Ice worlds</i>). Episodio de la BBC "Planet Earth"	
Hielo extremo (<i>extreme ice</i>)	C

Nota: No se identifican los cruceros por su nombre para mantener la confidencialidad.

Tabla N° 9.2 Películas y/o documentales llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake. Fuente: elaboración propia.

¹ Consideramos que "Océano Austral" no es un término adecuado para referirse a los cuerpos de agua que bañan las costas del continente antártico debido a que se trata de océanos bien diferenciados según la carta *Limits of Oceans and Seas (Special Publication N° 23)*, de la Organización Hidrográfica Internacional del año 1953 y que continúa vigente.

² Si bien se traduce como Una Gran Historia o Una Muy Buena Historia, el nombre de la conferencia en inglés hace un juego de palabras: la expresión "a whale of" significa "una gran cantidad de" o refiere a algo muy bueno, y a su vez, "whale" significa ballena. Asimismo, "tale" (cuento o historia) rima con "tail" (cola), siendo de este modo el título de la conferencia especialmente alusivo a las ballenas.



Figura 9.1 Pasajeros reunidos durante una conferencia. Fuente: foto de la autora.

9.3 Visita a la Península Antártica

Una vez cruzado el Mar de Hoces o Pasaje Drake, el ánimo a bordo cambió totalmente, en un sentido positivo, de máximo entusiasmo ante la organización de los desembarcos. Además, se destacó el avistaje del primer témpano como símbolo de haber ingresado a la Antártida, generando alegría entre la gente. Se dieron recomendaciones para no trasladar algún tipo de organismo a la Antártida y se procedió a la limpieza de indumentaria con aspiradoras. Otra forma de realizar esta operación es limpiar las botas de goma en líquido preparado al regresar de los desembarcos, según se muestra en la figura 9.2.

Se organizaban dos desembarcos por día, en algunos casos hasta tres, dependiendo de las condiciones meteorológicas, distancia a las playas, entre otros. Todos los desembarcos se realizaron en botes semirrígidos acompañados por miembros del *staff*. Al llegar a la playa, un miembro del *staff*, generalmente el jefe de

expedición, señalaba cómo visitar el lugar y qué atractivos podían encontrarse (ver figura 9.3). El lugar apto para la visita y los recorridos que podían hacerse se marcaron con banderines. En general, ningún pasajero intentó trasgredir las indicaciones, siendo los grupos observados por guías que se distribuyeron en la zona de la visita, brindando información y vigilando el comportamiento.



Figura 9.2 Limpieza de la indumentaria. Fuente: foto de la autora.

Los sitios de visita incluyeron atractivos naturales y culturales. Los primeros asociados a la contemplación de escenas donde el hielo (glaciares y témpanos) y el avistaje de vida silvestre, particularmente pingüinos, ocuparon el lugar principal. Los atractivos de orden cultural correspondieron a sitios históricos con evidencias materiales de los viajes de exploración y de la actividad ballenera y lopera (ver figura 9.4). Todos los viajes realizaron visitas a estaciones científicas donde se hizo referencia a los programas nacionales de investigación científica, mostrando y recorriendo las instalaciones. La estación ucraniana Vernadsky es la más frecuentada debido a su ubicación geográfica y a su historia.

En función de las Directrices para sitios que reciben visitantes, algunos desembarcos deben organizarse de manera alternada, llevando pasajeros a un sitio

y a otro para luego cambiar y así no saturar las costas. Además, cabe recordar la vigencia de la Medida 15 (2009) que señala que pueden desembarcar 100 pasajeros por sitio acompañados por un guía cada 20 personas.

En los desembarcos los pasajeros se manejaron de manera autónoma, en la mayoría de las situaciones se armaron espontáneamente pequeños grupos que recorrieron los lugares. En algunos casos, puedo observarse a algunos pasajeros con motivaciones relacionadas con el arte, quienes dibujaron o pintaron paisajes (ver figura 9.5).

Siempre se materializa un desembarco de carácter continental y, en algunos casos, se emite un certificado a cada pasajero que acredita su descenso en el continente antártico. Estos sitios son generalmente Puerto Neko, Base Brown y Monte Bardas Coloradas.

Respecto de la fotografía, podemos asegurar que esta actividad ha ocupado un lugar sumamente importante en la rutina de los pasajeros. Los elementos más fotografiados del paisaje antártico fueron los témpanos tabulares y los glaciares y luego los pingüinos (ver figura 9.6).

Por otra parte, en cada crucero se organizaron varios paseos en botes semirrígidos (*zodiac cruise*) que permitieron un contacto más directo con los témpanos y la fauna que se encuentra sobre ellos, como por ejemplo focas cangrejas, focas leopardo, focas de Weddell (figura 9.7).

Un evento muy esperado durante el desarrollo del itinerario es la sumergida polar (*polar plunge*) (ver figura 9.8), generalmente se lleva adelante en la Isla Decepción debido a la presencia de aguas termales. En dos de los cruceros varias personas en traje de baño aprovecharon esta posibilidad (9 y 14 se sumergieron en aguas antárticas). En uno de los viajes la entrada en Decepción no fue posible por el mal

tiempo y hubo reclamo de tres personas que esperaban poder realizar esta actividad, no obstante, en este crucero varios pasajeros (aproximadamente 10) se sumergieron en aguas antárticas no termales en dos puntos del itinerario (Base Brown y Base Vernadsky).



Figura 9.3 Organización de los desembarcos. Fuente: foto de la autora.

En los tres viajes se llevaron adelante actividades de caminata en pendiente, si bien se ha tratado de desniveles muy suaves, la presencia de nieve y hielo y el llevar botas de goma causó cierta dificultad que fue muy disfrutada por los pasajeros (ver figura 9.9). Estas actividades se desarrollaron en las proximidades de la Base Brown y en el Monte Bardas Coloradas, sitios que además ofrecen una vista panorámica extraordinaria. En algunas ocasiones los pasajeros descendieron la pendiente como si bajaran en trineo, aportando un momento recreativo.

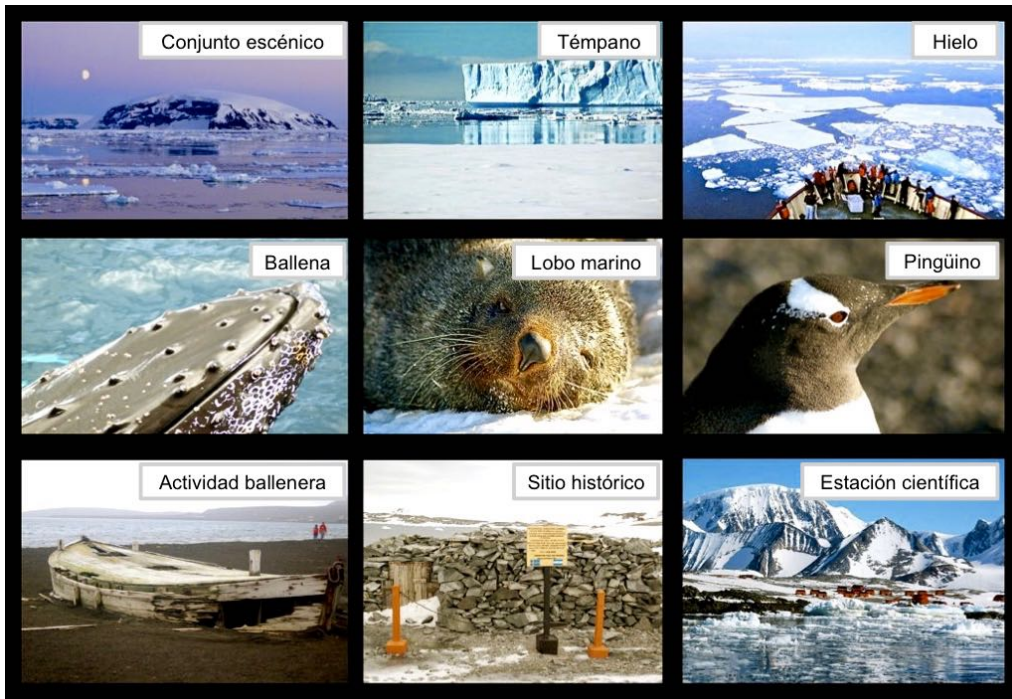


Figura 9.4 Atractivos naturales y culturales. Fuente: foto de la autora.



Figura 9.5 Motivaciones artísticas. Fuente: foto de la autora.



Figura 9.6 Pasajeros fotografiando elementos del paisaje. Fuente: foto de la autora.



Figura 9.7 Paseo en bote semirrígido. Fuente: foto de la autora.

La navegación por pasos entre islas como el Canal Lemaire y el Estrecho De Gerlache generó muchas expectativas para la fotografía, varios pasajeros se reunían en la proa del buque y contemplaban el entorno desde ese lugar (figura 9.10). También desde la proa se observó con sumo interés cómo el buque iba rompiendo el hielo, ya que se trataba de un rompehielo (figura 9.11).



Figura 9.8 Sumergida polar. Fuente: foto de la autora.



Figura 9.9 Actividades en zonas pendientes. Fuente: foto de la autora.



Figura 9.10 Contemplación del Canal Lemaire. Fuente: foto de la autora.

De regreso al buque los pasajeros expresaban las sensaciones que habían tenido durante los desembarcos, resultando en experiencias altamente positivas. Las mayores sorpresas se relacionaron con la proximidad de la vida silvestre y la cantidad de individuos en entornos naturales.

La vida a bordo transcurría en el bar, en el puente, en la biblioteca (en caso que el buque contara con una), se le dedicaba mucho espacio a la lectura, aprovechando libros que se intercambiaron entre los pasajeros o que tomaban del barco sobre expediciones antárticas y también sobre clasificación de fauna.

Un evento especial que se destacó en la experiencia de los pasajeros se relacionó con la observación de mamíferos marinos durante la navegación, particularmente, ballenas. Esta situación se vivió con gran entusiasmo a bordo, el primero en avistar un individuo daba el aviso por parlante y rápidamente los pasajeros se encontraban en alguna de las cubiertas del barco. A medida que la o las ballenas comenzaban a moverse, los pasajeros corrían apresuradamente de un lugar a otro en las cubiertas para observarlas y, en la mayoría de los casos, fotografiarla (figura 9.12).



Figura 9.11 Observación de la ruptura del hielo por un buque rompehielo. Fuente: foto de la autora.

A continuación, transcribimos el texto³ del diario de viajes de la expedición, narrado por un pasajero, donde claramente se advierte la sensación causada al poder observar estos animales:

Para gran emoción de los amantes de las ballenas, el Capitán detuvo el buque y se acercaron dos ballenas. Por más de 45 minutos aproximadamente nos deleitamos con estos dos gigantes de entre 12 y 16 metros que jugaban alrededor del buque. Mientras que casi todos corríamos por las cubiertas para tomar fotografías y filmar, las ballenas continuaban nadando a lo largo del buque, de

³ Originalmente en inglés: *Much to the whale lovers' excitement the Captain stopped the ship and the two whales approached the ship. Over the 45 minutes or so we were treated to these two 12-16 meter giants playing around the ship. While most of us ran around the decks snapping pictures and taking videos they continued to swim the length of the ship, fore and aft and sometimes criss-crossed under our keel. On occasions, a whale would turn in a tight circle to face the ship and raise its head out of the water. It seemed almost as though they wanted to get a look at us, these strange two-legged beings screaming with excitement above the water. One whale repeatedly touched the ship's hull with its wing-like flippers. For many of us this was a 'once in a lifetime experience'.*

proa a popa y a veces cruzaban por debajo de la quilla. En ocasiones, una ballena giraba en círculo para quedar frente al buque y levantaba su cabeza por encima del agua. Parecía como si quisieran echarnos un vistazo. Una ballena rozó reiteradas veces el casco del buque con sus aletas, que parecen alas. Para muchos de nosotros, ésta fue una ‘experiencia única en la vida’.

Durante el periodo que se navega estrictamente Antártida, se dedica mucho tiempo a los desembarcos y, en consecuencia, se brindan pocas conferencias, algunos documentales se muestran después de la cena, siendo menos los espectadores que asisten en comparación con los que participaban durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake, ver tablas 9.3 y 9.4.

Una actividad importante que se llevó a delante en todos los cruceros es el “recap” o recapitulación. Se realizaba a última hora, donde miembros del *staff* resumían los sitios visitados y las cuestiones más importantes que tuvieron lugar, se observó una amplia participación de los pasajeros. Es muy frecuente que durante estos momentos de cierre de las actividades de la jornada, especialistas del *staff* brinden una pequeña charla sobre algún componente del paisaje que haya sido relevante, por ejemplo, ballenas, albatros, convergencia antártica, aves, etc., invitando a completar la lista de registro o *checklist*, que en todos los casos se encontraba publicada en algún lugar de fácil acceso en el buque. Además, se explicaban las actividades a desarrollar al día siguiente.



Figura 9.12 Observación de ballenas desde el buque. Fuente: foto de la autora.

Conferencia	Crucero
Pingüinos: No pueden volar! Corren aún peor! (<i>Penguins: Can't fly! Run even worse!</i>)	B
Volcanes (<i>Volcanoes</i>)	
Actividad ballenera (<i>Whaling activity</i>)	
Aves de las tormentas (<i>Storm birds</i>)	B
Ballena de un cuento (<i>Whale of a tale</i>)	
Rocas versus hielo (<i>Rock vs. Ice</i>)	
Aves marinas del Pasaje Drake (<i>Seabirds of the Drake Passage</i>)	C
Geografía antártica (<i>Antarctic geography</i>)	
Pingüinos (Penguins)	

Nota: No se identifican los cruceros por su nombre para mantener la confidencialidad.

Tabla N° 9.3 Conferencias llevadas adelante durante la navegación antártica. Fuente: elaboración propia.

Películas y/o documentales	Crucero
Último lugar en la Tierra (<i>Last place on Earth</i>) Parte I	A
Último lugar en la Tierra (<i>Last place on Earth</i>) Parte II	
Último lugar en la Tierra (<i>Last place on Earth</i>) Parte III	
Tras el Bélgica (<i>In the wake of the Belgica</i>)	B
Ocho bajo cero (<i>Eight below</i>)	

Nota: No se identifican los cruceros por su nombre para mantener la confidencialidad.

Tabla N° 9.4 Películas y/o documentales llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake. Fuente: elaboración propia.

Es importante destacar la presencia de grupos con intereses específicos en el caso de uno de los viajes realizados, se trata de observadores de aves o *birdwatchers* como ya se señaló anteriormente. Este grupo de unas ocho personas aproximadamente contaba con su propio guía para la identificación de aves y se mantuvieron ajenos al grupo principal tanto en los desembarcos como a bordo (figura 9.13).



Figura N° 9.13 Observadores de aves tomando fotografías. Fuente: foto de la autora.

9.4 Viaje de regreso

De los tres casos donde se realizaron las observaciones, en uno se regresó del viaje antártico a Ushuaia cruzando nuevamente el Mar de Hoces o Pasaje Drake, en otro a través del Mar de Scotia ya que la expedición continuó hacia las Islas Georgias del Sur e Islas Malvinas y, en el último, se regresó a Buenos Aires después de visitar estos archipiélagos.

En todos los casos el viaje de regreso también contó con conferencias y documentales y/o películas (ver tablas 9.5 y 9.6).

Por último, en todos los casos se proyectó una presentación con fotografías del viaje, recuperando momentos especiales e intentando incorporar a todos los pasajeros. Luego, se realizó la cena con capitán, como un evento especial donde se compartió un momento con la tripulación.

Conferencia	Crucero
El vuelo de las aves (<i>Birds' flight</i>)	A
El terrorífico Drake (<i>Dreaded Drake</i>)	B
Geología antártica (<i>Antarctic geology</i>)	C

Nota: No se identifican los cruceros por su nombre para mantener la confidencialidad.

Tabla N° 9.5 Conferencias llevadas adelante durante la navegación antártica. Fuente: elaboración propia.

Películas y/o documentales	Crucero
Sur (<i>South</i>)	A
En torno al Cabo de Hornos (<i>Around Cape Horn</i>)	B
Moby Dick	

Nota: No se identifican los cruceros por su nombre para mantener la confidencialidad.

Tabla N° 9.6 Películas y/o documentales llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake. Fuente: elaboración propia.

En términos generales, los tres cruceros presentaron las mismas características en su organización: conferencias, proyección de películas, entre dos y tres

desembarcos por día, alto contenido educacional y de concientización sobre temas antárticos.

En todos los folletos promocionales se aclaró que existía la posibilidad de cambios de itinerario debido a causas de fuerza mayor. En los casos observados, solamente uno de los cruceros cumplió exactamente el itinerario propuesto. De los dos que presentaron cambios, uno fue debido a condiciones meteorológicas adversas y, el otro, por evacuación de una de las personas que se encontraba a bordo, al requerir servicio médico de urgencia.

En función de las experiencias realizadas, se incluyen tres cuadros con los sitios de visita correspondientes a cada viaje y el texto que acompaña la descripción del sitio de visita en la programación diaria de actividades a bordo (tablas 9.7, 9.8 y 9.9), esta programación se publica cada noche en la puerta de cada cabina. Nótese que algunos sitios de visita se repiten.

CRUCERO DE EXPEDICIÓN "A"			
DURACIÓN: 16 DÍAS			
ANTÁRTIDA: 10 DÍAS (INCLUYENDO MAR DE HOCES O PASAJE DRAKE)			
Sitios visitados	Recursos mencionados en la expedición	S	Directrices
Isla Invierno Refugio Wordie Estación Vernadsky	Una de las islas Argentina, su nombre original es Île de l'Hiver, ya que fue nombrada por la expedición francesa. El refugio "Wordie", correspondía a la "Base F" que funcionó desde 1947 a 1954. En 1960 seis hombres pasaron el invierno en el refugio cuando planeaban establecer la "Base T". "Wordie", se refiere al refugio original del FIDS hut, en reconocimiento a Sir J.M. Wordie. Estación ucraniana, antigua estación británica Faraday.	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (22)
Isla Petermann	Isla de 1,8 km de largo y 1,2 km de ancho. Cuenta con elevaciones pronunciadas de 250 m snm. Límite austral de distribución de pingüino de pico rojo, de ojo blanco, skúa, paloma antártica, cormorán imperial.	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (9)

Isla Wiencke	<p>Puerto Lockroy: antiguo puerto ballenero. En la actualidad se trata de un muelle, un museo "Bransfield House" y un pequeño negocio con venta de souvenirs, postales, estampillas y servicio de correo.</p> <p>Punta Jouglá: Presencia de pingüino de pico rojo, paloma antártica, skúa, gaviotín antártico, cormorán imperial. Común presencia de foca cangrejera, foca de Weddell y leopardo marino.</p> <p>Reconstrucción de un esqueleto de ballena.</p>	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (4)
Bahía Paraíso	<p>Conjunto escénico superlativo, donde la combinación de todos los componentes de la bahía, sumados a la calma que generalmente caracteriza este lugar y el reflejo de las montañas y glaciares en el agua, hacen de este sitio un espacio de belleza singular.</p> <p>Presencia de cormorán imperial y gaviotín antártico.</p> <p>Acantilados con variedad cromática dada por la presencia de depósitos de cobre, musgos y líquenes.</p> <p>Estación argentina Brown.</p>	P/R	Directrices internas de la estación científica
Isla Cuverville	<p>Isla ubicada en el Canal Errera, entre la Península Arctowski y la Isla De Rongé. Descubierta por la expedición belga de Adrien De Gerlache.</p> <p>Presencia importante de aves, especialmente de pingüinos de vincha, con una de las colonias más grandes en la Península (6.500 parejas reproductivas).</p> <p>Presencia de otras aves como el petrel gigante del sur y cormorán imperial.</p>	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (3)
Estrecho de Gerlache	<p>Estrecho que separa la costa Danco del archipiélago Palmer. La expedición belga de Adrien De Gerlache exploró la zona en el verano de 1898, denominándolo <i>Belgica</i> en homenaje al barco de la expedición. Posteriormente, la expedición de Francia a cargo de Charcot lo renombró De Gerlache entre 1903-05, cuando recorrió el lugar.</p>	P/R	----
Caleta Balleneros	<p>Se trata de un puerto pequeño ubicado próximo a los Fuelles de Neptuno. Playa de ceniza volcánica, de 2 km de longitud.</p> <p>Posee un cerro de 103 m snm, un lago con aguas termales y glaciares. El desmoronamiento de las rocas que forman peñascos (<i>catedral cathedral</i>) es conocido como la Ventana de Neptuno.</p> <p>Revisten especial importancia las terrazas fluviales bajas que están detrás del sitio de la estación ballenera y los restos del lahar (río de barro) que se formó como consecuencia de una erupción en 1969.</p>	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (17)
ITINERARIO CONTINÚA A ISLAS MALVINAS y TERMINA EN BUENOS AIRES (6 DÍAS MÁS)			
CRUCERO DE EXPEDICIÓN "B" DURACIÓN: 18 DÍAS ANTÁRTIDA: 8 DÍAS (INCLUYENDO MAR DE HOCES O PASAJE DRAKE)			

Sitios visitados	Recursos mencionados en la expedición	S	Directrices
Estrecho Antarctic	Paseo en crucero a través del Estrecho Antarctic. Presencia de témpanos tabulares y aves marinas.	P/R	----
Bahía Esperanza/	Sitio histórico donde pasaron un invierno (1903) tres integrantes de la expedición sueca al mando de Otto Nordenskjöld, sobreviviendo a base de los recursos faunísticos. Importante colonia de pingüino de ojo blanco. Presencia de témpanos tabulares. Presencia de restos fósiles. Base argentina Esperanza, con una importante población que permanece todo el año. (escuela, correo, viviendas, etc.).	E/R	Directrices internas de la estación científica
Isla del Diablo	Pequeña isla volcánica ubicada en una bahía de la costa norte de la Isla Vega. Descubierta por Nordenskjöld en 1902-03). En el Cabo Well Met Nordenskjöld se encontró con miembros de su expedición. En el verano hay presencia de una colonia reproductiva de pingüino de ojo blanco.	P/C	Directrices para sitios que reciben visitantes (16)
Bardas Coloradas	Rasgo particular dado por una montaña de 745 m, con cima plana. Presencia de pingüino de Adelia y de pico rojo. Posibilidad de caminata con pendiente pronunciada, obteniendo muy buenas vistas panorámicas.	E/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (13)
Isla Ardley	Pequeña isla ubicada al este de Isla 25 de Mayo, Archipiélago Shetland del Sur. Presencia de pingüino de vincha (<i>Pygoscelis papua</i>) y de ojo blanco (<i>P. adeliae</i>). Presencia de elefante marino (<i>Mirounga leonina</i>) y foca de Weddell (<i>Leptonychotes weddellii</i>), además de petreles, gaviotas, escúas, gaviotines y petrel damero (<i>Daption capense</i>).	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (31)
Isla Pingüino	Pico Deacon, con un importante cráter en la cima, lo hacen distinguible. Evidencia de actividad volcánica. Presencia de pingüino de barbijo y de ojo blanco. Presencia de foca de Weddell, elefante marino y lobo marino antártico (<i>Arctocephalus gazella</i>).	P/C	Directrices para sitios que reciben visitantes (1)

Isla Media Luna	Pequeña isla con forma de media luna ubicada entre las islas Livingston y Greenwich. Presencia de pingüino de barbijo, pingüino de vincha y cormorán imperial (<i>Phalacrocorax atriceps</i>). Presencia de foca de Weddell y lobo marino antártico. Base argentina Cámara.	P/C	Directrices para sitios que reciben visitantes (18)
Caleta Balleneros, Isla Decepción	Isla Decepción es la caldera de un volcán cuya estructura colapsó. El ingreso debe hacerse navegando por una parte abierta de la pared destruida de 230 m de ancho, lugar conocido como los fuelles de Neptuno, las paredes verticales de roca ofrecen un paisaje singular. Bahía de balleneros: La estación ballenera Hektor operó en el lugar entre 1912 y 1931. El BAS tuvo una estación entre 1943 y 1969. La mayoría de las estructuras fueron destruidas o seriamente dañadas por el flujo de lodo de las últimas erupciones del volcán. También se puede realizar una caminata por una playa volcánica hasta la Ventana de Neptuno. Debido a las aguas calientes geotermales es muy común tomar un baño polar (<i>polar plunge</i>).	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (17)
Colina Edinburgh	Cono de basalto que forma una isla. Presenta un acantilado volcánico de características singulares. Paseo en bote semirrígido para ver las columnas tabulares con navegación de aproximación por su base.	E/R	----
Cabo Wild, Isla Elefante	Isla donde quedaron varados en el año 1915, por 135 días, 22 miembros de la expedición de Shackleton, después que el Endurance fuera aplastado por el hielo en el Mar de Weddell. En el lugar donde sobrevivieron, Cabo Wild, se encuentra un monolito y placas que conmemoran el rescate efectuado por la embarcación chilena, "Yelcho", en 1916. Presencia de pingüino de barbijo (<i>Pygoscelis antarctica</i>).	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (38)
ITINERARIO CONTINÚA A ISLAS GEORGIAS DEL SUR E ISLAS MALVINAS (10 DÍAS)			
REGRESO A USHUAIA			
CRUCERO DE EXPEDICIÓN "C"			
DURACIÓN: 9 DÍAS (CON CRUCE DEL MAR DE HOCES O PASAJE DRAKE)			
SOLAMENTE ANTÁRTIDA			
Sitios visitados	Recursos mencionados en la expedición	S	Directrices
Islotes Aitcho	Pequeño grupo de islas que se encuentran entre las islas Robert y Greenwich en el archipiélago Shetland del Sur. Las islas fueron cartografiadas en 1936 por la expedición hidrográfica de la oficina del Almirantazgo, denominándolas H. O. Luego, al llamarlas en español, se deformó su pronunciación, derivando en "Aitcho".	E/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (2)

	Presencia de pingüino de barbijo y pico rojo, como así también de petrel gigante del sur.		
Isla Cuverville	<p>Descubierta por la expedición de De Gerlache en 1897-99. La isla se encuentra en el extremo norte del Canal Errera</p> <p>Presencia de pingüino de pico rojo (una de las colonias mayores en Antártida), con unas cinco mil parejas reproductivas.</p> <p>Posibilidad de avistar ballena jorobada y minke.</p>	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (3)
Puerto Neko	<p>Se trata de una pequeña bahía contenida por la Bahía Andvord.</p> <p>Lugar descubierto por la expedición de De Gerlache (1897-99).</p> <p>Neko fue nombrado a partir del buque factoría de Christian Salvesen que operó en las Islas Shetland del Sur y la Península Antártica de 1911 a 1924.</p> <p>Frente a la bahía existe un glaciar que frecuentemente permite ver desprendimientos, que a su vez generan olas que pueden barrer fácilmente la playa. Especial punto de descenso, convirtiéndose generalmente en el primer y/o único lugar donde se desciende en el continente propiamente dicho, ya que la mayor parte de los descensos se realizan en islas.</p> <p>Presencia de pingüino de pico rojo.</p>	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (7)
Puerto Paraíso Estación Brown	<p>Se ingresa a Puerto Paraíso a través del canal Waterboat, pasando por la estación chilena González Videla.</p> <p>Hermosa bahía con glaciares.</p> <p>Se encuentra la estación argentina Brown y la caleta Skontorp, con presencia de cormorán imperial.</p> <p>Se utiliza una pendiente para caminar alcanzando el pico de 70 m de altura snm</p>	E/R	Directrices internas de la estación científica
Canal Lemaire	Canal especial para la navegación, de 1600 m de ancho y 11 km de longitud, se encuentra rodeado por paredes verticales y pequeños témpanos, formando un conjunto escénico reconocido, apodado con el nombre de "Kodak Gap" y/o "Fuji Funnel". Se trata de un paso sumamente angosto entre la Península y la Isla Booth.	P/R	----
Isla Pléneau	<p>Esta isla tiene alrededor de 1,2 km de largo. De la playa de pedregullo de la costa este suben terrazas de rocas lisas en pendiente suave hacia un gran casquete glacial con grietas que cubre los dos tercios occidentales de la isla.</p> <p>Presencia de gaviotín antártico, cormorán imperial, pingüino de pico rojo.</p>	P/R	Directrices para sitios que reciben visitantes (10)
Isla Booth Puerto Charcot	Jean-Baptiste Charcot a cargo de la expedición antártica francesa inverna en 1904 en la entrada de esta isla, denominada Port Charcot, justo frente a la Isla Pléneau, entre ambas se encuentra el "Callejón de los	P/R	Directrices para sitios que reciben

	Témpanos”, lugar habitual de paseos en zodiac.		visitantes (34)
Islas Argentina Base Vernadsky Refugio Wordie	Grupo de islas descubiertas por la expedición de Charcot (1903-05) y bautizadas Argentina por la ayuda que les prestó el país. La estación ucraniana Akademik Vernadskiy se encuentra en la Isla Galíndez, anteriormente fue la estación Faraday de Reino Unido. En la Isla Invierno se encuentra el refugio “Wordie”, cabaña construida en 1947, anteriormente base F de la Operación Tabarín británica donde el geólogo de la expedición de Shackleton, James Wordie, instaló el primer edificio de la estación al final de los años 40. Años más tarde la estación fue construida en una ubicación mejor y el refugio Wordie se mantuvo como sitio histórico.	P/R	Sitio Histórico protegido por el Sistema del Tratado Antártico Directrices para sitios que reciben visitantes (22)
Puerto Foyn	Puerto reparado próximo a la Isla Nansen Norte, sobre la costa oeste de la Península, nombrado por los balleneros por el buque factoría Svend Foyn, que estuvo amarrado en el lugar entre 1921 y 1922. Actualmente, se encuentran restos de la actividad ballenero y el buque noruego Gornoren que sufrió un incendio en 1915 y varó en el lugar.	P/R	----
Isla Decepción	Isla que se eleva 1600 m sobre el lecho marino y tiene un diámetro sumergido de 30 km. La caldera, de aproximadamente 8 km de diámetro interno, tiene una profundidad de 195 m. La formación de Puerto Foster se produjo por el colapso de una de las paredes del volcán. Al menos el 85% de la isla se formó debido al vulcanismo dado antes de ese colapso.	P/C	Directrices para sitios que reciben visitantes (17, 19 20, 35)
Isla Medialuna	Ubicada entre las islas Greenwich y Livingston, forma un excelente fondeadero. Cuenta con una estación argentina temporaria. Presencia de pingüino de barbijo, petrel gigante del sur (<i>Macronectes giganteus</i>), paíño común (<i>Oceanites oceanicus</i>), gaviotín antártico, escúas y cormoranes.	P/C	Directrices para sitios que reciben visitantes (18)

Nota: S: Status de la visita, P/R: Programado y realizado, P/C: Programado y cancelado y E/R: Espontáneo y realizado.

Tabla 9.7 Itinerarios correspondientes a las observaciones. Fuente: elaboración propia.

9.5 Consideraciones del capítulo

La observación participante nos ha permitido conocer e indagar sobre la experiencia del visitante al momento que ésta se estaba llevando adelante. En este sentido, en los tres cruceros el comportamiento ha sido similar en relación con la organización del viaje y las actividades realizadas, demostrando que aunque la práctica turística se identifique con la ruptura con la vida rutinaria, en realidad, se adopta una nueva

rutina que mantiene un esquema que se repite a lo largo del viaje y que todos los visitantes, en este caso, siguieron.

Las actividades involucraron conferencias a bordo sobre diferentes temas (especialmente: geología, avifauna, mamíferos marinos e historia), proyección de películas, desembarcos en diferentes sitios de contenido natural y cultural, paseos en botes semirrígidos, pequeñas caminatas y baños en aguas antárticas. A bordo se sostuvo la conducta de cuidado de la indumentaria para no afectar sitios de desembarco y se realizaron momentos de refuerzo o recapitulación para recordar las actividades realizadas y anunciar las previstas para el día siguiente.

Durante los viajes se observó que los pasajeros se encontraban expectantes por la aparición del primer témpano, como símbolo que señalaba el verdadero ingreso en la Antártida. La presencia de fauna también fue muy valorada, particularmente los pingüinos y la presencia ocasional de ballenas que ha generado gran euforia a bordo.

En todo momento se enfatizó el carácter educacional y la concientización sobre el ambiente antártico, dándole de alguna manera un contenido de estudio mediante el abordaje de temas científicos, probablemente para fortalecer la idea de que los visitantes antárticos se encuentran más involucrados y comprometidos con el cuidado ambiental que el turista de masas, siendo más conocedores y/o estando más preparados para realizar el viaje, alimentando la sensación de “distinción” en el rol que ocupan.

**PARTE IV. USHUAIA COMO DESTINO
COMPLEMENTARIO DE LA ANTÁRTIDA**

CAPÍTULO 10: USHUAIA EN EL CONTEXTO DE LOS VIAJES ANTÁRTICOS

10.1 Introducción

Con el objeto de conocer el lugar que ocupa Ushuaia en el diseño de los itinerarios antárticos, revisamos los folletos de las operadoras turísticas, deteniéndonos en el uso del lenguaje asignado a Ushuaia, tanto textual como visual, para conocer la promoción y el uso propuesto del espacio.

Se trabajó sobre nueve folletos de operadores turísticos antárticos, los mismos que seleccionamos para el análisis de las representaciones sobre Antártida, utilizando el mismo criterio de selección de una temporada turística (2013/2014). Para la sistematización y análisis de datos utilizamos el software para análisis cualitativo *MAXqda, versión 12, demo*.

En los nueve folletos se describieron 35 itinerarios diferentes que incluyeron visitas a la Península Antártica como así también, en algunos casos, recorridos en Islas Malvinas y/o Islas Georgias del Sur. A su vez, estos itinerarios contaban con más de un viaje, totalizando 81 (hay compañías con más de una embarcación y esto les permite realizar varios viajes en la temporada, ver tabla 10.1). La duración de los viajes osciló entre 10 y 22 días, dependiendo de las áreas de visita incluidas.

Folleto	Cantidad de itinerarios	Cantidad de viajes
1)	8	11
2)	6	10
3)	2	10
4)	3	14
5)	1	3
6)	2	2

Folleto	Cantidad de itinerarios	Cantidad de viajes
7)	8	24
8)	2	4
9)	3	3

Tabla 10.1 Síntesis sobre los folletos revisados. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados.

10.2 Asignación de roles desde los folletos turísticos antárticos

En todos los itinerarios se expresa claramente que Ushuaia es una puerta de entrada a la Antártida, en la figura 10.1, se indica cuando Ushuaia es puerto de entrada y salida o únicamente es mencionada en un solo sentido (embarque o desembarque). Asimismo, se incluyen otros puertos mencionados para alguna operación de entrada y/o de salida.

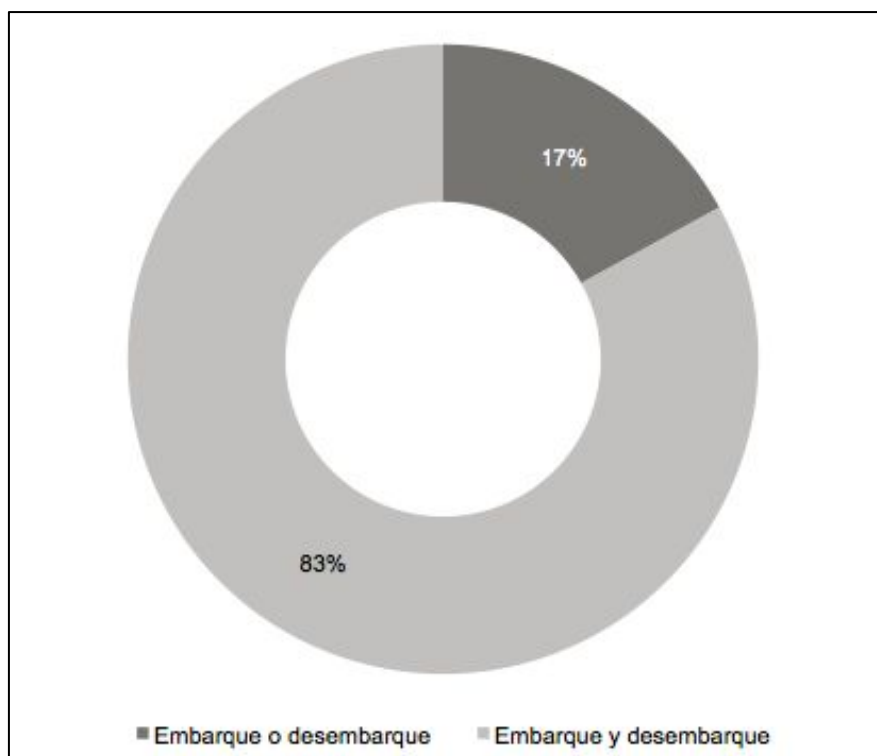


Figura 10.1 Ushuaia como puerta de entrada según modo de operación. Fuente: elaboración propia en base a los despachos provistos por Prefectura Naval Ushuaia.

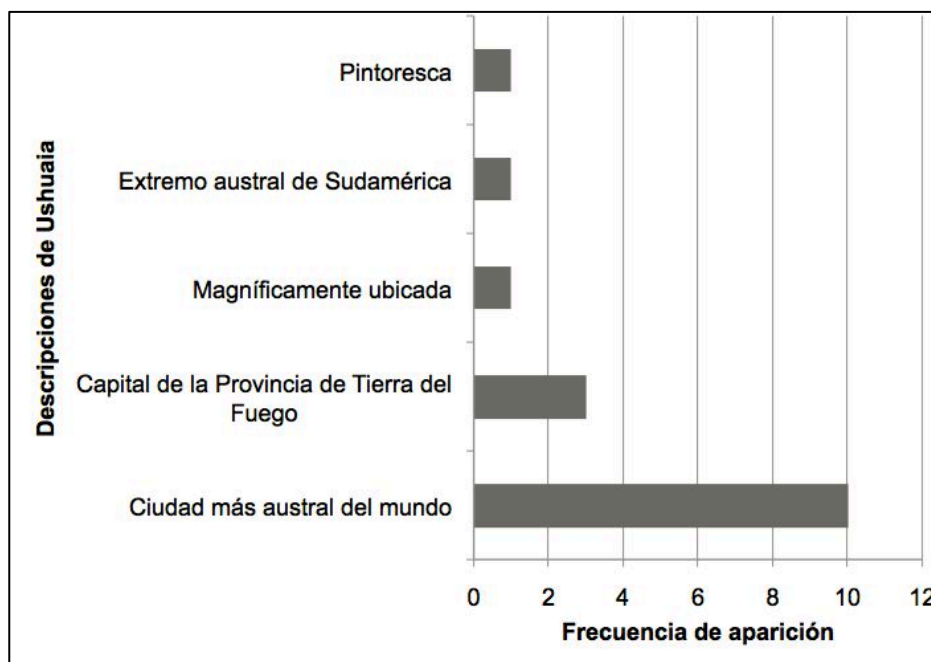
Como puede observarse en la figura 10.1, si bien en la mayor parte de los casos el puerto de Ushuaia es considerado tanto para el embarque como el desembarque, el 17% de los viajes inicia o finaliza su recorrido en otro puerto. En tres casos correspondió a viajes de posicionamiento, utilizando el puerto de Buenos Aires y el de Montevideo para una de las operaciones de embarque o desembarque; en los demás casos se presentan dos situaciones diferentes: i) la utilización de Islas Malvinas para la combinación aéreo-marítima y ii) el uso de Punta Arenas para la operación aérea con la Base Presidente Frei en las Islas Shetland del Sur.

10.3 La presencia de Ushuaia y Tierra del Fuego en los itinerarios antárticos desde el contenido textual

Cabe destacar que, de todo el material analizado, solamente pocos operadores turísticos ofrecen una mención más destacada de Ushuaia. La palabra Ushuaia aparece 100 veces, especialmente asociada a una versión sintética del itinerario. En un caso, una compañía que cuenta con 8 itinerarios diferentes y 24 viajes no hace referencia alguna a la ciudad en el desarrollo del contenido de los itinerarios, aparece únicamente en la última página para señalar dónde comienza y dónde finaliza el recorrido.

A pesar que los operadores turísticos utilizaron un lenguaje del turismo caracterizado por la “euforia” para la descripción del paisaje antártico en los folletos, observamos que para el caso de Ushuaia el lenguaje seleccionado se restringe a cuestiones operativas, siendo el único adjetivo que hemos identificado para cualificar a Ushuaia “*picturesque*”, pintoresca en español. La mayoría de las referencias se centraron en su ubicación geográfica y, en algunos casos, en su función administrativa como capital de la provincia, consideramos que este tipo de lenguaje utilizado podría ser

definido entonces como “lenguaje funcional”. Presentamos los hallazgos en la figura 10.2 (cabe destacar que las frecuencias de aparición señaladas corresponden a los 35 itinerarios analizados).



Nota: Originalmente en inglés: *Picturesque; southern tip of Southamerica; Capital of the province of Tierra del Fuego; southernmost city in the world.*

Figura 10.2 Caracterización de Ushuaia. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados.

En algunos casos, se incorporaron pequeños párrafos que realizan una descripción más amplia de Ushuaia y de su entorno, para ejemplificar utilizamos dos fragmentos:

Ushuaia es la capital de Tierra del Fuego, Argentina. Ampliamente conocida como la ciudad más austral del mundo, la pintoresca Ushuaia está ubicada en una amplia bahía, rodeada al norte por la cadena montañosa Martial y en Canal Beagle al sur¹. Folleto 1, pp. 7.

¹ Originalmente en inglés: *Ushuaia is the capital of Tierra del Fuego, Argentina. Widely regarded as the southernmost city in the world, picturesque Ushuaia is located in a large bay, bounded on the north by the Martial mountain range and the Beagle Channel on the south.*

Llegada a Ushuaia, ubicada en una amplia bahía en la costa sur de la Isla Grande de Tierra del Fuego en Argentina. La ciudad está magníficamente ubicada entre las montañas y el Canal Beagle². Folleto 7, pp.4.

Encontramos un solo párrafo en todos los folletos analizados, que es dedicado totalmente a Ushuaia, brindando información sobre el lugar:

USHUAIA. Considerada como la ciudad más austral del mundo, Ushuaia es la capital de Tierra del Fuego, recostada en el verdadero extremo de Argentina, serpenteando el Canal Beagle. Esta sorprendente ciudad pequeña de 45.000 habitantes se encuentra rodeada por montañas y fértiles planicies. Las primeras poblaciones de esta tierra fueron los cazadores recolectores nómades, quienes llegaron a pie a la Isla Grande, hace más de 10.000 años³. Folleto 6, itinerario 1, pp. 24.

Prácticamente Tierra del Fuego no es nombrada, a excepción de la ubicación geográfica, como provincia e isla y, por otra parte, cuando se hace referencia al Parque Nacional Tierra del Fuego. Entre los sitios mencionados en Tierra del Fuego se destaca el Canal Beagle, nombrado 11 veces y el Parque Nacional Tierra del Fuego en 7 oportunidades, la Isla de los Estados, fue únicamente referida una vez:

² Originalmente en inglés: *Arrive in Ushuaia, located on a wide bay on the southern coast of Isla Grande de Tierra del Fuego in Argentina. The city is superbly situated between the mountains and the Beagle Channel.*

³ Originalmente en inglés: *USHUAIA. Considered to be the southernmost city in the world, Ushuaia is the capital of Tierra del Fuego, lying on the very tip of Argentina looping out over the Beagle Channel. This surprising little town of 45.000 people is surrounded by mountains and fertile plains. The first populations of this land were nomadic hunter-gatherers, who arrived on foot on Isla Grande, more than 10.000 years ago.*

“Magníficas aves marinas nos acompañan cuando pasamos la Isla de los Estados para amarrar en Ushuaia al amanecer”. Folleto 3, itinerario 7, pp. 31.

Al Canal Beagle se lo relaciona con la navegación y, en algunos pocos casos, se hace referencia a los recursos marinos presentes, entre las aves reconocen únicamente al pingüino patagónico (*Spheniscus magellanicus*) y el cormorán cuello negro (o roquero; *Phalacrocorax magellanicus*) con el nombre de la especie y luego mencionan al albatros en general (en el Canal Beagle puede observarse el albatros ceja negra - *Thalassarche melanophris*-). También se identifican algunos mamíferos marinos en general tales como delfines y lobos marinos, estas menciones se realizan en distintos itinerarios dentro de dos folletos. Las otras referencias al Canal Beagle fueron en el marco de excursiones organizadas como veremos más adelante. A continuación, presentamos las transcripciones sobre el Canal Beagle:

Una amistosa bienvenida a bordo del *Polar Pioneer* precede nuestra navegación por el Canal Beagle⁴. Folleto 3, itinerario 1, pp. 16.

El atardecer nos saluda en el Canal Beagle. Nos despedimos y continuamos con nuestro viaje o nos quedamos en Ushuaia⁵. Folleto 3, itinerario 2, pp. 19.

El entusiasmo aumenta cuando comenzamos a navegar por el Canal Beagle, observando pingüinos patagónicos, delfines y albatros⁶. Folleto 3, itinerarios 3 y 4, pp 20 y 22.

⁴ Originalmente en inglés: *Magnificent seabirds accompany us as we pass Isla de los Estados to dock in Ushuaia at dawn.*

⁵ Originalmente en inglés: *A friendly welcome board Polar Pioneer precedes our sail down the Beagle Channel.*

⁶ Originalmente en inglés: *Excitement lifts as we set sail down the Beagle Channel, Keeping watch for magellanic penguins, dolphins and albatross.*

Disfrutamos un crucero tranquilo por el Canal Beagle temprano a la mañana. Desembarcamos después del desayuno para continuar el viaje o disfrutar de más tiempo en Ushuaia⁷. Folleto 3, itinerario 4, pp 23.

Embarcamos a la tardecita para una cálida bienvenida antes de comenzar la navegación por el Canal Beagle⁸. Folleto 3, itinerario 5, pp 24.

Embarcamos en el *Polar Pioneer* en el muelle de Ushuaia con una cálida bienvenida (...) antes de navegar a la noche por el Canal Beagle⁹. Folleto 3, Itinerario 6, pp. 26

Nos reunimos para una cena de celebración cuando ingresamos en el Canal Beagle¹⁰. Folleto 3, itinerario 6, pp. 29.

Una navegación pre-amanecer por el Canal Beagle y un desayuno temprano nos preparan para amarrar en Ushuaia. Hay tiempo para las últimas fotos y para despedirnos antes de desembarcar¹¹. Folleto 3, itinerario 6, pp. 27. Embarquemos a la tarde para recibir una cálida sesión informativa de bienvenida y una partida a la noche por el Canal Beagle junto con los compañeros de navegación¹². Folleto 3, itinerario 7, pp. 30.

⁷ Originalmente en inglés: *We enjoy a gentle cruise along the Beagle Channel in the early morning. Disembark after breakfast for onward travel or to savour more time in Ushuaia.*

⁸ Originalmente en inglés: *Embark in the late afternoon to a warm welcome before we set sail along the Beagle Channel.*

⁹ Originalmente en inglés: *Board Polar Pioneer dockside in Ushuaia to a warm welcome... before an evening sail down the Beagle Channel.*

¹⁰ Originalmente en inglés: *We gather for a celebratory dinner as we enter the Beagle Channel.*

¹¹ Originalmente en inglés: *A pre-dawn sail along the Beagle Channel and an early breakfast prepare us to dock in Ushuaia. There's time for final photos and to say our farewells before disembarking.*

¹² Originalmente en inglés: *"Step aboard in the late afternoon to a warm welcome introductory briefing and an evening departure along the Beagle Channel with your shipmates."*

Después de la cena, relájese y absorba la escena montañosa de nuestra navegación en la noche temprana por el Canal Beagle, pasando por pingüinos patagónicos, cormoranes roqueros y colonias de lobos marinos¹³. Folleto 8, Itinerario 2, pp 7.

En cuanto a las excursiones ofrecidas en Tierra del Fuego, se observa que las mismas se restringen a un almuerzo de cordero, la navegación por el Canal Beagle y el Parque Nacional Tierra del Fuego, se trata de excursiones cortas, muy cerca del núcleo urbano y cuyo objeto es mantener a los pasajeros que ingresan o abandonan el barco ocupados, permitiendo facilitar las operaciones de re-cambio de pasajeros. Al respecto, transcribimos la presentación de estas excursiones:

Hoy, vuele a Ushuaia, la ciudad más austral del mundo. Al llegar, disfrute de un recorrido (si el tiempo lo permite) y de un tradicional asado de cordero patagónico. Luego, llegue a nuestro barco y acomódese para su primera noche a bordo¹⁴. Folleto 1, itinerarios 1 y 2, pp. 8 y 10.

Nuestro avión deja Buenos Aires a la mañana y nos da unas pocas horas para explorar Ushuaia, la ciudad más austral del mundo. Después de una excursión incluida al Parque Nacional de Ushuaia, usted embarca el MS Fram a partir de

¹³ Originalmente en inglés: “*After dinner, relax and take in the mountainous scenery on our early evening sail down the Beagle Channel past magellanic penguin, rock cormorant, and sea lion colonies.*”

¹⁴ Originalmente en inglés: “*Today, fly to Ushuaia, the southernmost city in the world. Upon arrival, enjoy sightseeing (time permitting) and a traditional Patagonian barbecue lunch. Later, arrive at your ship and settle in for your first night on board.*”

las 16:00, listo para partir de la provincia de Tierra del Fuego, más tarde¹⁵. Folleto 4, itinerarios 2, 3, 4, 5 y 6; pp. 40, 42, 44, 46, 48.

Vuele en charter privado a Ushuaia, la ciudad más austral del mundo, y disfrute de un almuerzo en el crucero en catamarán por el Canal Beagle. Luego embarque el National Geographic Explorer y zarpamos¹⁶. Folleto 5, itinerarios 1 y 2; pp. 29 y 31.

Una excursión que parte del aeropuerto de Ushuaia para descubrir el Parque Nacional Tierra del Fuego. Incluye un típico almuerzo argentino. La excursión finaliza en el Puerto a tiempo para el embarque¹⁷. Folleto 6, itinerario 1, pp. 32.

Solamente en dos casos se utiliza el lenguaje característico de turismo, como ya hemos mencionado, el lenguaje de euforia, para describir el Parque Nacional Tierra del Fuego, incluso haciendo uso de los mismos términos empleados para la Antártida (*splendid wilderness* -espléndida naturaleza salvaje-, *beauty* -belleza-, *spectacular*

¹⁵ Originalmente en inglés: “*Our flight leaves Buenos Aires in the morning which gives us a few hours to explore Ushuaia, the southernmost town in the world. After an included excursion to Ushuaia National Park, you embark MS Fram from 16:00, ready to depart from the province of Tierra del Fuego shortly afterwards.*”

¹⁶ Originalmente en inglés: “*Fly by private charter to Ushuaia, the southernmost city in the world, and enjoy lunch on a catamaran cruise of the Beagle Channel. Then embark the National Geographic Explorer and set sail.*”

¹⁷ Originalmente en inglés: “*An excursion leaving from Ushuaia airport to discover Tierra del Fuego National Park. This includes a typical Argentine lunch. The excursion ends at the port in time for boarding.*”

vista -vista espectacular-) en el segundo caso se identifican lugares de visita del mismo:

Los amantes de la naturaleza estarán encantados en el Parque Nacional Tierra del Fuego con sus notables plantas y vida silvestre, que incluye castores, albatros, guanacos y pingüinos. Sus bosques cubren las laderas más bajas de la Cordillera de los Andes que se encuentran coronadas por picos nevados -una vista única e inolvidable¹⁸. Folleto 6, itinerario 1, pp. 24.

Explore el Parque Nacional Tierra del Fuego, la región protegida más austral de Argentina. Esta espléndida naturaleza salvaje es celebrada por la belleza de su escena. Pasee por Bahía Ensenada y realice una corta caminata para observar las Islas Redonda y Estorbo, respaldadas por las montañas con sus picos nevados de la cadena chilena Sampaio. Continúe al Lago Roca, las lagunas Verde y Negra y a Bahía Lapataia. Después de almorzar en un restaurant local, prosiga al muelle para embarcar el Corinthian y zarpar. Mientras el barco navega por el Canal Beagle, disfrute de una vista espectacular de glaciares y montañas en la neblina¹⁹. Folleto 7, itinerario 10, pp. 4.

¹⁸ Originalmente en inglés: *“Nature lovers will be enchanted by the Tierra del Fuego National Park with its remarkable plant and wildlife, including beavers, albatross, guanacos and penguins. Here forests cover the lower slopes of the Andean mountains which are crowned with snow-capped peaks –a unique and unforgettable sight.”*

¹⁹ Originalmente en inglés: *Explore Tierra del Fuego National Park, the southernmost protected region of Argentina. This splendid wilderness is celebrated for the beauty of its scenery. Ride to Ensenada Bay and take a short walk to view Redonda and Estorbo Islands, backed by the snow-white mountains of Chile’s Sampaio Chain. Continue to Lake Roca, the Green and Black Lagoon, and Lapataia Bay. After lunch at a local restaurant, continue to the pier to embark Corinthian and sail. As the ship navigates the Beagle Channel, enjoy a spectacular vista of glaciers and misted mountains.*

En relación con la oferta de alojamiento en Ushuaia, solamente en dos casos se hace referencia a una noche de alojamiento en la ciudad, destacando las características del hotel:

SU HOTEL EN USHUAIA: EL NUEVO RESORT Y SPA ARAKUR USHUAIA. Abierto en 2013. El resort y spa Arakur Ushuaia fue designado siguiendo estrictos parámetros de sustentabilidad. La estructura está montada sobre la montaña en medio de increíbles vistas del bosque nativo y terrazas naturales, armoniosamente integrado al ambiente. Utiliza mínimas cantidades de agua y de consumo de energía, fue diseñado con materiales naturales²⁰. Folleto 7, itinerario 1, pp. 6.

USHUAIA: Llegue a Ushuaia en cualquier momento hoy. Disfrute de la estancia gratuita en el hermoso hotel y resort Arakur. Explore los senderos, dirijase a la ciudad o relájese y penetre en los alrededores. Nuestra sesión de información opcional es una gran oportunidad para hacer preguntas y conocer a algunos de los compañeros de viaje. Disfrute de un desayuno buffet gratuito en la mañana²¹. Folleto, 8, itinerario 2, pp. 7.

²⁰ Originalmente en inglés: *YOUR HOTEL IN USHUAIA: THE NEW ARAKUR USHUAIA RESORT & SPA. Opened in 2013, Arakur Ushuaia Resort & Spa was designed using rigid standards of sustainability. The structure is perched on a mountain amidst breathtaking panoramic views of native forest and natural terraces, harmoniously integrated into the environment. It uses minimum water and energy consumption, and was designed with all-natural materials.*

²¹ Originalmente en inglés: *USHUAIA: Arrive in Ushuaia anytime today. Enjoy a complimentary stay at the beautiful Arakur Hotel & Resort. Explore the trails, take a spa, head into town, or relax and soak-in the surroundings. Our optional evening briefing is a great opportunity for you to ask questions and to meet some of your fellow travelers. Enjoy a complimentary buffet breakfast in the morning.*

10.4 La representación desde el contenido visual

La presencia de contenido visual se restringe a fotografías y mapas. En el primer caso se incluyen únicamente dos fotos de Ushuaia, ambas muestran una figura icónica de la ciudad, el Monte Olivia y, en primer plano, el hotel Arakur (ver figura 10.3). En el segundo caso, se trata de un croquis que representa el espacio de operaciones en el cuadrante sudamericano y, en este sentido, se visualizan distintas opciones (ver figura 10.4).

- La totalidad del continente antártico desde la perspectiva polar, en dos casos (a. y b.).
- Una figura del planisferio donde la operadora turística muestra todas sus áreas de operaciones marítimas, se trata de un solo caso (c.).
- Sur de Sudamérica, incluyendo las ciudades de Santiago, Buenos Aires y Montevideo, sin la Antártida, tres casos (d.).
- Zona de operaciones, incorporando la Isla Grande de Tierra del Fuego, Islas del Atlántico Sur y la Península Antártica, todos los casos, generalmente un mapa por itinerario. A veces se incluye el sur de Argentina y Chile, seis casos (e. y f.).

Como puede observarse también en las representaciones cartográficas, se repite el mismo patrón de la utilización de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida, destacándose su localización geográfica. Por otra parte, en la mayoría de los casos donde se incluyen las Islas Malvinas y Georgias del Sur en el mapa de áreas de visita, estos archipiélagos ocupan un lugar claramente diferenciado respecto de Ushuaia, ya que representan un complemento del viaje antártico en función de la idea de *wilderness* o naturaleza salvaje y sus valores asociados, que ya hemos destacado en los capítulos precedentes. Es

decir que, en estos casos, las islas se visualizan como entidades que gozan de un gran poder de atracción por sus componentes naturales, históricos y simbólicos.

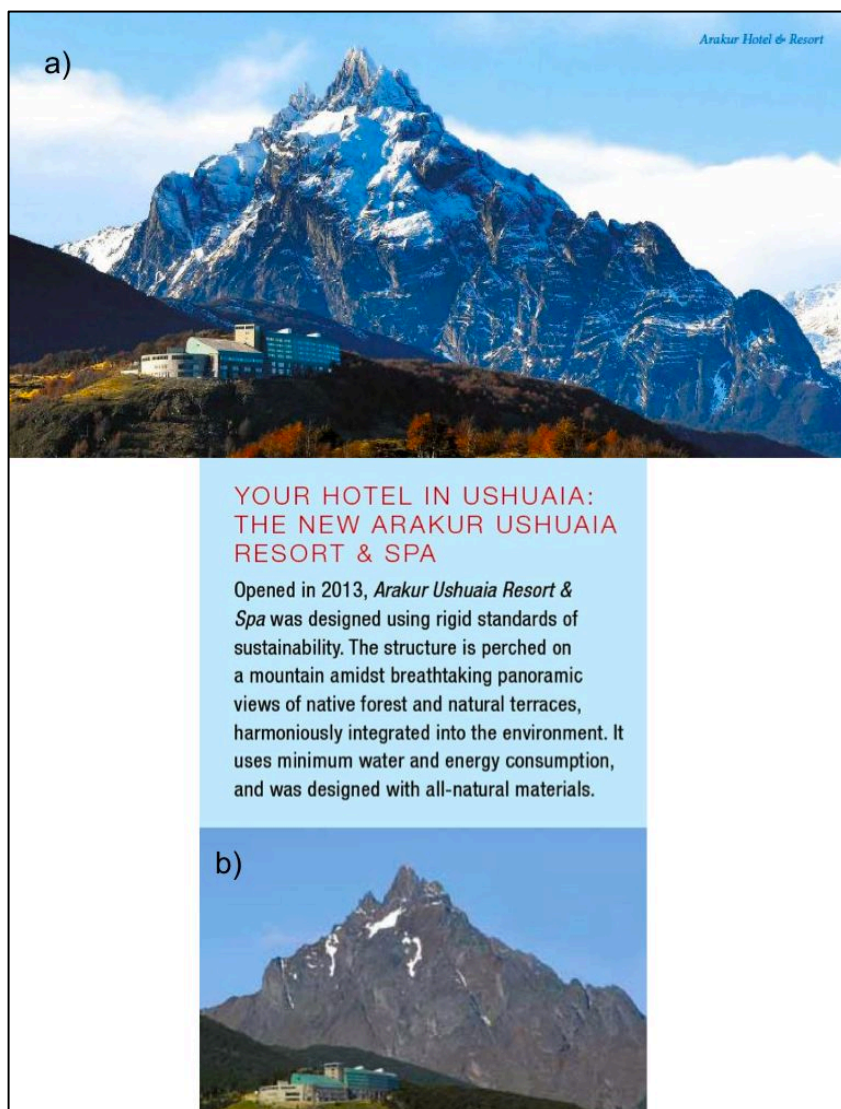


Figura 10.3 Fotografías de Ushuaia. Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados: Folleto 8, itinerarios 1 y 2, pp. 27; b) Folleto 7, itinerario 1, pp. 6. Corresponden a la temporada 2013/2014.

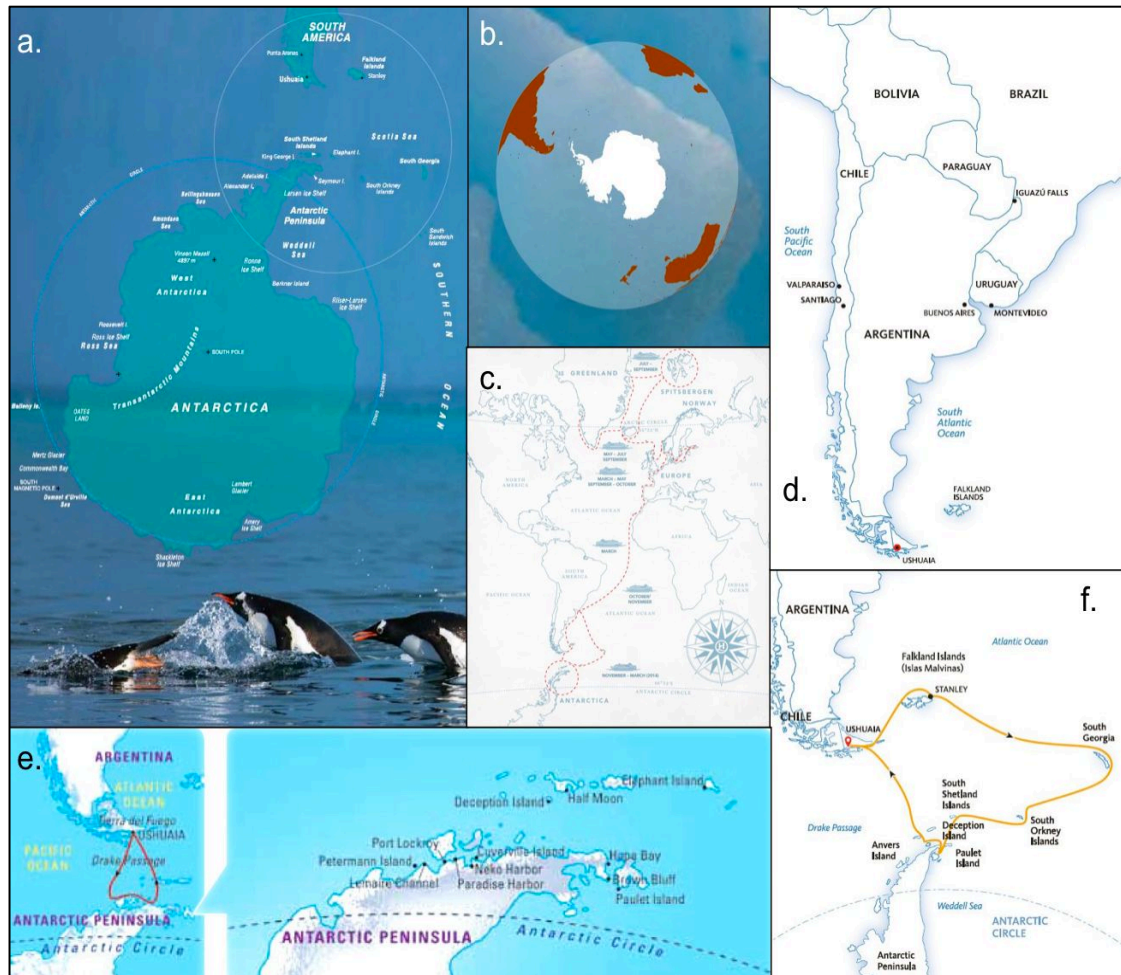


Figura 10.4 Ejemplos de representaciones cartográficas²². Fuente: elaboración propia en base a los folletos analizados: a. Folleto 3; b. Folleto 9; c. Folleto 4; d. Folleto 9; e. Folleto 7 y f. Folleto 9. Todos corresponden a la temporada 2013/2014.

10.5 Promoción de viajes post-crucero

Otro aspecto interesante para observar en los folletos es la posibilidad que se ofrece para continuar el viaje antártico en lo que los operadores turísticos denominan el viaje “post-crucero”. A excepción de dos operadoras turísticas, el resto promociona este tipo

²² Los archipiélagos Islas Malvinas, Georgias del Sur y Sandwich del Sur se encuentran bajo la ocupación ilegal británica, por ello la denominación utilizada en los mapas que corresponden a operadoras turísticas.

de viajes, en un caso como parte del viaje de posicionamiento a la ida o al regreso de la Antártida a los destinos de Valparaíso, Montevideo y Recife, según la dirección del viaje. Tres operadores sugieren Isla de Pascua, cinco las Cataratas del Iguazú y un operador Colchagua (viñedos), Atacama, Torres del Paine, estos tres últimos en Chile. Solamente dos operadores recomiendan realizar el post-crucero en Ushuaia: “Desde Ushuaia usted puede explorar Tierra del Fuego en el fin del mundo”²³ (Folleto 1, pp. 32) y “(...) o usted puede extender su estadía en Ushuaia, para más excursiones y aventura”²⁴. Claramente se observa una muy escasa representación de Ushuaia como posible complemento del viaje antártico.

10.6 Consideraciones del capítulo

En este capítulo se evidencia el carácter utilitario asignado a Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida, sin considerar la posibilidad de cumplir un rol como destino complementario del viaje antártico. Este carácter utilitario se visualiza desde distintas miradas, por un lado, el prácticamente nulo lenguaje de la euforia que, como ya hemos visto, fue especialmente usado en el caso de los folletos sobre Antártida y, por otro, las menciones limitadas a cuestiones locales que contribuyen con la operatoria marítima del buque. Los atractivos a los cuales se hizo referencia fueron aquellos que mediante excursiones cortas permitieron realizar el recambio de pasajeros.

En el capítulo siguiente, se presentan las opiniones de los visitantes antárticos, que difieren de los resultados obtenidos en este capítulo sobre las representaciones de Ushuaia en tanto puerta de entrada a la Antártida.

²³ Originalmente en inglés: *From Ushuaia, you can explore Tierra del Fuego at the End of the World.*

²⁴ Originalmente en inglés: *(...) or extend your stay in Ushuaia, for more excursions and adventure.*

CAPÍTULO 11: USHUAIA EN EL IMAGINARIO Y EN LA EXPERIENCIA DE LOS VISITANTES ANTÁRTICOS

11.1 Introducción

Luego de conocer las representaciones y experiencias del visitante antártico en relación con su viaje a la Antártida y también después de analizar las imágenes (textuales y visuales) de la Antártida y de Ushuaia en los folletos turísticos, consideramos de interés indagar sobre las representaciones y la experiencia de los mismos visitantes pero, en este caso, en su vinculación con Ushuaia. Partiendo de la base que la funcionalidad del Ushuaia como destino turístico en relación con la Antártida se fundamenta en su rol de puerta de entrada, pero asumiendo que desde distintas perspectivas puede materializar un rol de destino complementario de la Antártida, hemos considerado averiguar cómo es visualizada Ushuaia en el contexto del viaje antártico. Es así que en este capítulo analizaremos los resultados de la segunda parte de la encuesta (ver Anexo A4, b y c) que realizamos durante las dos temporadas turísticas 2012/2013 y 2013/2014, como ya se ha señalado oportunamente. Recordamos que el perfil socio-demográfico de la muestra fue presentado en el Capítulo 8.

11.2 La experiencia en el destino

Para conocer la experiencia de los visitantes antárticos en Ushuaia, la encuesta fue organizada considerando el tiempo de permanencia, excursiones realizadas, nivel de satisfacción alcanzado, interés en permanecer más tiempo, y preferencias. Además, se contempló la opinión de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida, mediante una serie de afirmaciones para valorar.

Respecto del tiempo de permanencia, como puede verse en la figura 11.1, la mayoría de los encuestados (39%) ha estado en Ushuaia el tiempo justo para tomar el viaje antártico, es decir unas horas antes de embarcarse, recordamos que el buque generalmente ingresa al muelle por la mañana temprano (entre las 06:00 y las 07:00 am) y se encuentra listo para recibir a los pasajeros a las 16:00, preparando el zarpe entre las 18:00 y las 20:00. Al relacionar las variables de las operadoras turísticas y el tiempo de permanencia resulta que los pasajeros de las compañías que organizan los viajes a través de vuelos charter son mayoritariamente aquellos que solamente están en la ciudad unas horas antes del embarque, partiendo directamente con el transfer buque-aeropuerto una vez desembarcados. Los pasajeros con una mayor estadía correspondieron, en términos generales, o bien a los operadores que ofrecieron un pernocte (2) o a aquellas que no organizan actividades en Ushuaia, manejándose los pasajeros por su cuenta para ingresar al buque o una vez desembarcados (tabla 11.1). En cuanto al ítem otros, puede tratarse de la oferta de último momento que ofrecen los operadores, donde existe un significativo descuento en la tarifa del crucero, en muchos casos esto es aprovechado por visitantes que se quedan en Ushuaia hasta conseguir esta oferta, pernoctando en alojamientos económicos.

Forma de organización	Tiempo de permanencia				
	1 día (8 horas)	1 noche	2 noches	3 noches	Otros
Con vuelo charter	76%	22%	12%	11%	12%
Sin vuelo charter	18%	78%	88%	89%	85%

Nota: En este caso, observamos que existe una relación entre las variables “buque” y “tiempo de permanencia”, con un *p value* de 0,000 (prueba de X^2 de Pearson).

Tabla 11.1 Permanencia en Ushuaia según organización de los operadores turísticos. Fuente: elaboración propia.

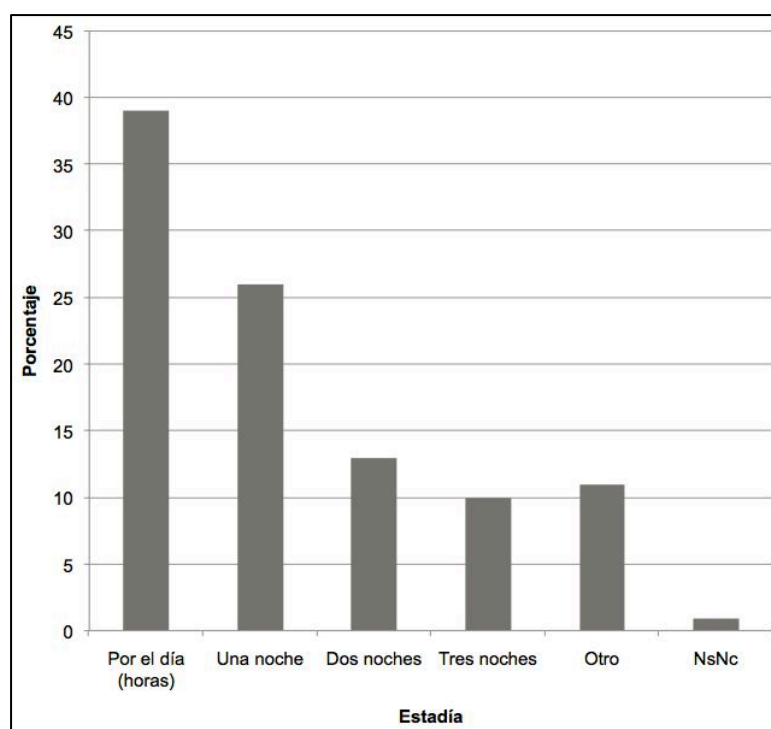


Figura 11.1 Tiempo de permanencia en Ushuaia. Fuente: elaboración propia.

Relacionada con la pregunta de permanencia en Ushuaia, se les consultó qué actividades habían realizado durante su estancia (ver figura 11.2), donde resultó que el Parque Nacional Tierra del Fuego fue el espacio más visitado al reunir el 60%, sumando Parque Nacional de medio día, Parque Nacional en tren y Parque Nacional día completo. Cabe destacar que el Parque Nacional Tierra del Fuego se encuentra a pocos kilómetros del núcleo urbano, siendo la principal excursión para Tierra del Fuego. Las modalidades de visita de medio día y combinado con el tren¹ son las más frecuentes, es muy probable que aquellos pasajeros que realizaron la excursión de día completo lo hayan hecho por su cuenta o en el marco de algún interés específico como la observación de aves. La visita a los museos también fue importante,

¹ Se trata de una recreación del “tren de los presos”, Ferrocarril Austral Fueguino, es un recorrido de 40 minutos en un solo sentido a bordo de un pequeño tren a vapor y de trocha angosta que visita un área de aprovechamiento forestal por parte de los presidiarios en un momento anterior a la creación del PNTDF.

alcanzando el 20%, en este caso se trata, principalmente, de dos museos el del Fin del Mundo y el Museo Marítimo y del Presidio; este último cuenta con un sector denominado “Museo Antártico”, ubicado en un pabellón del edificio de la antigua cárcel de reincidentes donde se exponen diversos elementos relacionados con la Antártida. También la navegación por el Canal Beagle concitó el interés de varios visitantes, existen distintas posibilidades de navegación, desde la de menor duración (2:30) y la más extensa que llegan hasta la pingüinera de la Isla Martillo hacia el este (4:30).

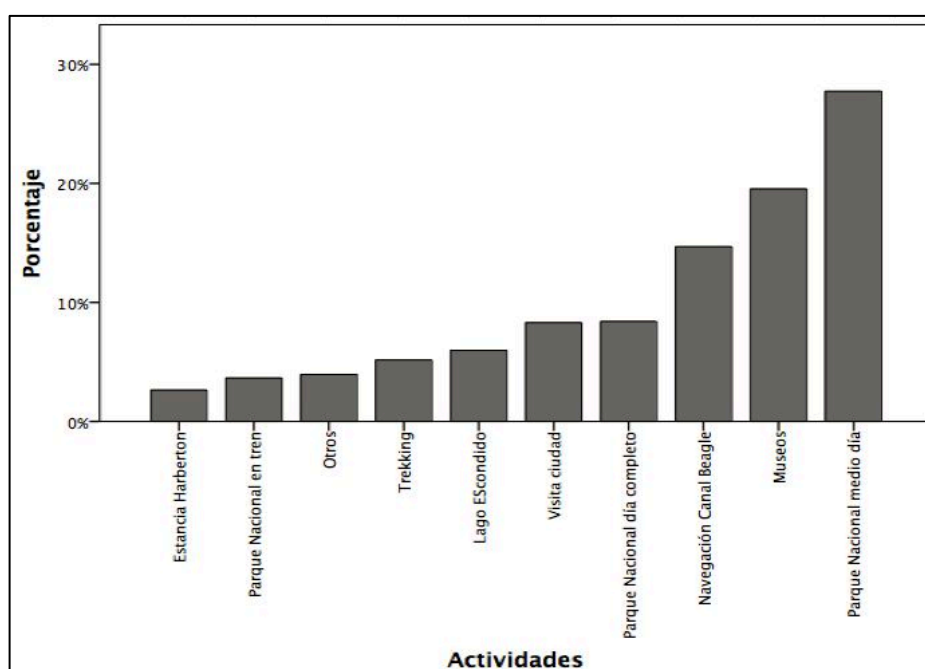


Figura 11.2 Actividades desarrolladas durante la permanencia. Fuente: elaboración propia.

En función de la experiencia vivida en Tierra del Fuego, consideramos de interés conocer el nivel de satisfacción alcanzado, mediante una pregunta que presentaba la posibilidad de cinco opciones de respuesta mediante una escala Likert de 5 posiciones. Como se desprende de la figura 11.3, se demuestra un alto porcentaje de satisfacción de la experiencia, al sumar “muchísimo” y “mucho” se obtiene el 65%, en

tanto un 11% se mantuvo neutral y el 2% se manifestó negativamente. El 21% no respondió esta pregunta.

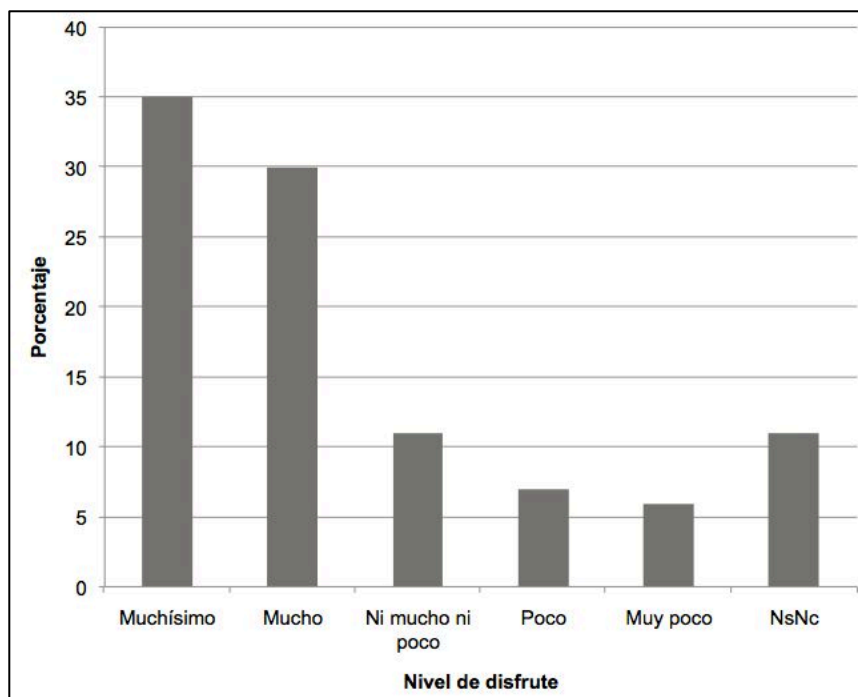


Figura 11.3 Nivel de satisfacción alcanzado. Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, se preguntó a los encuestados si les hubiera gustado permanecer más tiempo en Ushuaia para visitar Tierra del Fuego. En este caso, se obtuvo un importante porcentaje de respuestas afirmativas (69%), ver figura 11.4. Decidimos relacionar la variable “deseo de mayor permanencia” con la de “procedencia de los pasajeros” (ver figura 11.5), observando un gran interés por parte de los pasajeros procedentes de las Américas, en cuyo caso, Estados Unidos fue la nacionalidad que presentó una preferencia positiva mayor, seguida por Canadá. En el caso de Europa, la nacionalidad con más inclinación a permanecer más tiempo fue Reino Unido, luego Alemania y Países Bajos. Por último, Australia dentro de Oceanía, manifestó un importante porcentaje con deseos de estar más tiempo en Ushuaia para conocer Tierra del Fuego.

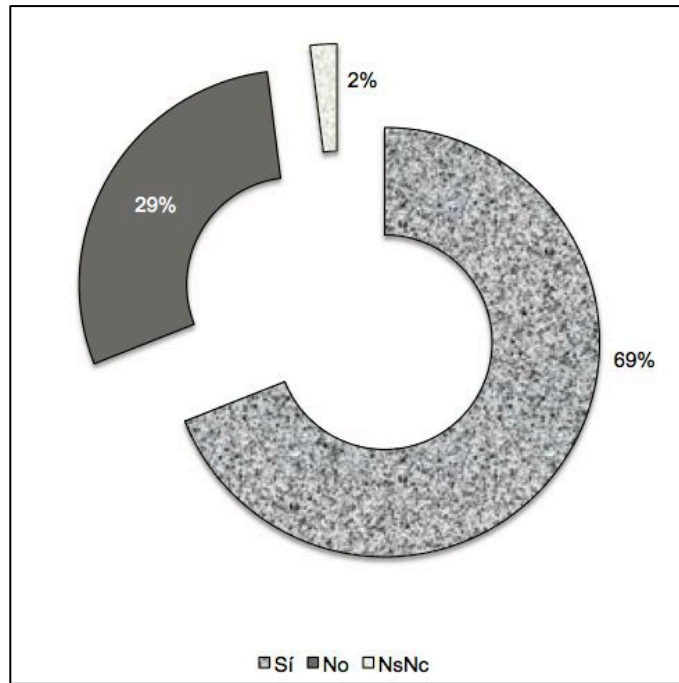


Figura 11.4 Deseo de mayor permanencia en Ushuaia. Fuente: elaboración propia.

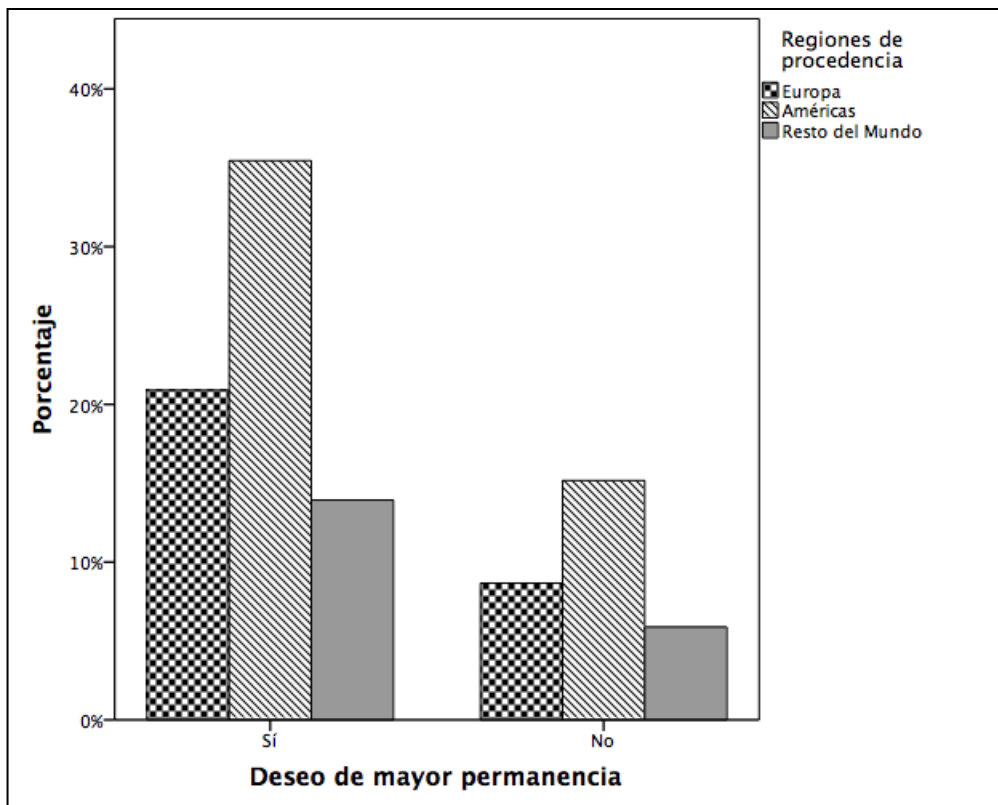


Figura 11.5 Relación entre variables: deseo de permanencia y procedencia por región. Fuente: elaboración propia. Fuente: elaboración propia.

11.3 Las preferencias de los visitantes para Tierra del Fuego

También consideramos importante conocer el interés del visitante antártico respecto de los atractivos de Tierra del Fuego; en consecuencia, a quienes manifestaron una posición afirmativa por permanecer más tiempo en Tierra del Fuego (69%), se les solicitó que indicaran hasta tres ítems preferentes para la visita. Este listado fue construido tomando en consideración dos aspectos, por un lado las actividades principales que se pueden desarrollar en Tierra del Fuego y que pueden tener una vinculación con las motivaciones sobre la Antártida de la población de referencia objeto de nuestro estudio y, por otro, trabajos previos que hemos desarrollado (Vereda, 2004; 2010). En la figura 11.6 se muestran los resultados.

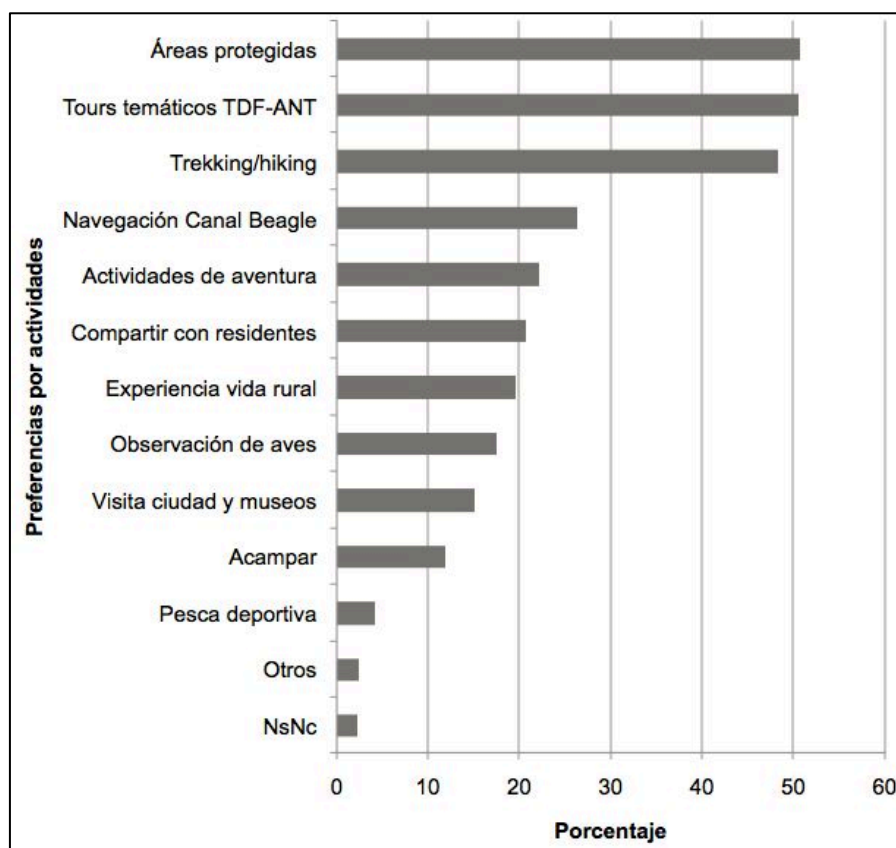


Figura 11.6 Preferencias para realizar actividades en Tierra del Fuego. Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los visitantes (51%) señaló como importante dentro de sus preferencias excursiones tematizadas que consideraran Antártida y Tierra del Fuego, en relación con su historia natural en común, así como también las conexiones históricas, políticas y científicas que unen ambos espacios. Cabe destacar que actualmente no existen excursiones organizadas en función de este eje temático, no obstante, vemos que se trata de un punto de sumo interés para los visitantes, además, permitiría generar una identidad más “antártica” para Ushuaia y Tierra del Fuego, más allá de constituir la puerta de entrada más conveniente a la Península Antártica. Las vinculaciones entre Tierra del Fuego y la Antártida fueron objeto de otros trabajos (Vereda, 2008 a y b). El mismo porcentaje de visitantes también priorizó las áreas protegidas, entendemos que motivados por una actitud proactiva hacia la conservación de espacios naturales que también manifestaron para la Antártida.

Entre las demás preferencias encontramos el deseo por realizar *trekking/hiking* (48%), es decir, actividades más relacionadas con un involucramiento con el entorno, no únicamente una actitud contemplativa. El resto de las preferencias mencionan la navegación en el Canal Beagle, aventura, compartir actividades con población residente, vida rural, observación de aves, entre otros. Es importante señalar, que de todas las preferencias indicadas por los visitantes solamente se ofrecen a las operadoras turísticas que comercializan Antártida la navegación por el Canal Beagle, visita a la ciudad y museos y el Parque Nacional Tierra del Fuego como única área protegida². De todas maneras, creemos que estas mismas excursiones podrían re-

² Además del Parque Nacional Tierra del Fuego, en la provincia son varias las áreas protegidas existentes: la Reserva Natural Isla de los Estados (recientemente declarada como tal por la Administración de Parques Nacionales, anteriormente Reserva Provincial Ecológica, Histórica y Turística; Constitución Provincial, Art. 54) y otras áreas de jurisdicción provincial: Reserva Cultural-Natural Playa Larga, Reserva Costa Atlántica Tierra del Fuego, Reserva Corazón de la Isla, Reserva Laguna Negra, Reserva Río Valdéz.

organizarse mediante un recorrido y un relato orientado a los visitantes antárticos, atendiendo sus motivaciones. En menor medida, algunas agencias de viaje locales comercializan excursiones de aventura para este segmento de la demanda turística.

11.4 Valorización del espacio en relación con la Antártida

Por último, se les solicitó a los encuestados que dieran su opinión sobre una serie de afirmaciones que hemos construido en función de las entrevistas realizadas y de los trabajos previos que ya hemos mencionado, con el objeto de conocer cómo se visualiza Ushuaia como puerta de entrada desde el imaginario de los visitantes antárticos. Para responder estas afirmaciones se presentó una escala Likert de 5 posiciones, donde 1 representa “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”, obteniendo los resultados que presentamos en el cuadro 11.2.

Afirmaciones		N	Media	Desv. St.	Varianza
A	Ushuaia es la puerta de entrada más conveniente a la Antártida	653	4.39	.761	.579
B	Ushuaia, como puerta de entrada, debe contribuir a concientizar sobre el significado de la Antártida para el Planeta	653	4.21	.812	.659
C	Ushuaia debe ser un punto estratégico para promover la educación sobre los valores antárticos a los visitantes y la población local	653	4.29	.742	.550
D	Una visita a Ushuaia/Tierra del Fuego combina perfectamente bien con el viaje antártico	653	4.20	.812	.659
E	Si bien la Antártida es mi meta como destino de visita, considero que Ushuaia/Tierra del Fuego ofrece posibilidades interesantes para complementar esta experiencia de viaje	653	3.83	.920	.847
F	Me encontré con gente muy conocedora sobre la Antártida en Ushuaia, quienes me dieron información apropiada sobre la Antártida	653	3.13	1.014	1.029
G	Encontré material muy interesante (mapas,	653	3.30	.971	.944

	libros...) sobre la Antártida en Ushuaia				
H	Me gustaría visitar un centro antártico de visitantes si hubiera uno en Ushuaia	653	4.18	.780	.608
I	Al encontrarme en Ushuaia, me sentí más cerca de la Antártida por el entorno polar que percibí	653	3.35	1.012	1.024
J	El entorno natural de Tierra del Fuego es impactante y sobrecogedor	653	3.76	.858	.737
K	Los servicios que ofrece Ushuaia son adecuados para un visitante antártico	653	3.71	.839	.704
L	El centro de la ciudad resulta invitante para ser visitado por su limpieza y prolijidad	653	3.36	.959	.920
LL	Estoy muy interesado en conocer los vínculos naturales e históricos que unen la Antártida con Tierra del Fuego	653	4.00	.666	.444

Tabla 11.2 Valorización del espacio. Fuente: elaboración propia.

Los ítems sombreados son los que alcanzaron una valoración elevada, con una media de 4 y superior, estos ítems se corresponden con las afirmaciones “A”, “B”, “C”, “D”, “H” y “LL”. Los tres primeros se relacionan directamente con las funciones asignadas a Ushuaia como puerta de entrada. En función de las actitudes ya analizadas para los visitantes antárticos sobre la Antártida, observamos que la actitud que ellos tienen hacia Ushuaia se mantiene en la misma perspectiva, es decir, esperando un lugar que contribuya con los valores de la Antártida, promoviendo cuestiones inherentes a la educación. Los otros ítems muy bien valorados, “D”, “H” y “LL”, brindan una oportunidad para re-pensar la oferta de Ushuaia para los visitantes antárticos, entendiendo que entre sus afirmaciones se manifiesta interés de generar un mayor involucramiento en Ushuaia y Tierra del Fuego respecto de sus relaciones con la Antártida.

Si bien no ha habido valoraciones negativas o por debajo de una media de 3, que tomamos como punto neutral, se puede observar que las puntuaciones más bajas

responden al aspecto de Ushuaia como ciudad. Este tema debería ser tomado en consideración ya que al tratarse de la “antesala” a la Antártida, Ushuaia debería ser un ejemplo de cuidado ambiental, con una serie de prácticas responsables y amigables con el ambiente.

Los resultados de las encuestas permiten prever las posibilidades que ofrece Ushuaia para constituirse en destino complementario de Antártida a partir de una cuidadosa selección de los atractivos y actividades y del establecimiento de relaciones entre los espacios: Antártida y Ushuaia/Tierra del Fuego.

11.5 Consideraciones sobre el capítulo

Consideramos que los resultados obtenidos constituyen una fuente importante de información para la toma de decisiones en la escala provincial y municipal. Evidentemente, la especialización del destino como puerta de entrada a la Antártida ha sido lograda únicamente en el sentido de convertirse en un “eje funcional” que permite el recambio operativo de pasajeros basado en las obras de infraestructura y la proximidad geográfica. Sin embargo, aún no se han aprovechado otro tipo de ventajas que permitirían reconocer a Ushuaia no sólo como la puerta de entrada más conveniente para acceder a la Antártida sino también como destino complementario. Obviamente y como ya hemos observado en los distintos capítulos precedentes, Antártida ocupa un lugar destacado en el imaginario de los visitantes como espacio remoto, singular, referente de una naturaleza inhóspita y salvaje, etc., no obstante, y a partir de las respuestas de los visitantes, entendemos que Ushuaia/Tierra del Fuego, puede constituirse en la antesala a la Antártida (Vereda, 2004; 2008a y b) mediante una oferta educativa y de excursionismo especializada en temas antárticos.

Como también se manifestó en las encuestas, Ushuaia debe atender a un rol protagónico en su función de puerta de entrada a la Antártida, en relación con la promoción de la educación y concientización sobre los valores antárticos, generando una identidad territorial que trasciende al turismo pero que impacta claramente sobre éste.

En este sentido, consideramos que una valorización de los recursos territoriales permitirá fortalecer nexos que ofrezcan una experiencia turística sustantiva y consolidar el destino Ushuaia/Tierra del Fuego en su rol de “antesala a Antártida”.

CONCLUSIONES

Entendemos que las prácticas turísticas tienen su génesis en el tiempo de ocio que ha sido ganado al tiempo de trabajo, donde el hombre busca encontrar en un lugar determinado la concreción de expectativas de una naturaleza de la cual se ha alejado en virtud del desarrollo de ciudades industrializadas, como así también de otras búsquedas generalmente asociadas a rupturas con la vida cotidiana. La materialización de estas motivaciones en el viaje deviene en la experiencia. Es en este sentido que tratar al turismo como práctica social implica contextualizarlo en el marco de procesos sociales más amplios, que permiten interpretarlo y sin los cuales no tendría sentido.

Cuando tomamos en consideración la importancia del espacio turístico, no lo vemos únicamente como el espacio donde el turismo acontece, sino que reconocemos una dimensión de materialidad que penetra en las prácticas sociales en virtud de ciertas características específicas de dinámicas no-sociales, como la naturaleza. De este modo, se generan redes relacionales de actores que conforman ese espacio turístico que, como ya habíamos definido en el desarrollo de esta tesis, se trata del todo, del espacio como totalidad y que involucra una serie de procesos sociales que lo transforman en turístico. El espacio es re-significado y, en consecuencia, comienza a integrar una dinámica turística que contempla tanto las dimensiones de la materialidad como la de las representaciones, proceso donde se construye capital social. Desde la dimensión de las representaciones se generan las tensiones que otorgan distintas valoraciones a los recursos y que generan atraktividad. Es así que partimos de la idea que se trata de lugares cambiantes en relación con las transformaciones de la sociedad, lugares de complejidad.

Desde esta perspectiva y en función del recorrido realizado en la presente tesis, podemos afirmar que las hipótesis de partida que nos hemos planteado han podido ser comprobadas. Consideramos la naturaleza de las representaciones e imágenes sobre Antártida en relación con las expectativas previas al viaje y como estructurantes de actitudes y comportamientos que se manifiestan en el uso de los dos espacios, Antártida y Ushuaia, donde la experiencia turística se materializa y permite re-significar esas representaciones.

Definir el concepto de paisaje como recurso turístico es una tarea difícil ya que, como hemos visto, el paisaje no es únicamente el mundo observable, es una construcción, una composición de ese mundo, es una forma de ver el mundo. Entendemos los bienes naturales y culturales como un sistema de representación y recordamos a Prats (2005) cuando plantea que ese sistema de representación, que tiene su origen con el desarrollo del capitalismo y la revolución industrial, genera una valoración de carácter especial por aquellos referentes que evocan condiciones excepcionales de la naturaleza y del pasado.

En este marco comprendemos el peso de las afirmaciones de los visitantes antárticos, que asignan valoraciones específicas vinculadas a la calidad estética del paisaje, probablemente estas valoraciones se encuentren relacionadas con la impresión que produce la lejanía de la Antártida de espacios densamente poblados como así también su estado de *cuasi* pristinidad. En este sentido, las imágenes sobre Antártida están básicamente reforzadas desde símbolos que representan la naturaleza no domesticada, salvaje y evidencian el poder subyacente del temor reverencial que provoca miedo y, al mismo tiempo admiración.

En consecuencia, podemos afirmar que Antártida despierta sensaciones superlativas que se expresan en palabras e imágenes desde la perspectiva de la promoción de

las empresas como de la experiencia de los visitantes. De acuerdo con los resultados obtenidos podemos explicar cómo el círculo de la representación que plantea Jenkins (2003) queda demostrado cuando los turistas (a través del resultado de las encuestas) tienden a reproducir aquellas imágenes que resultan icónicas de la Antártida, coincidentes con los contenidos textuales y visuales de los folletos. Seguramente y siguiendo este círculo de representación, las impresiones de los visitantes plasmadas en los diarios de viaje, posteadas en los blogs, y comunicadas de maneras diferentes volverán a las operadoras turísticas y así se retroalimenta el círculo.

Tanto desde los folletos como desde las opiniones de los visitantes el paisaje antártico alcanzó prácticamente el mismo énfasis a través de las palabras y de las imágenes, siendo el hielo y la vida silvestre los componentes mayormente destacados. Los pingüinos son reconocidos como la especie más carismática, resultando emblemática y, en consecuencia, transformándose en la especie referente de Antártida. Cabe destacar que los mamíferos marinos, aunque de carácter no predecible para la observación, también ocupan un lugar importante.

Los componentes antrópicos, especialmente las referencias a los exploradores, fueron relevantes en el contenido textual de los folletos y no en el contenido visual, esto probablemente se debe a que es más sencillo describir eventos relacionados con la historia de la exploración antártica en palabras que en imágenes visuales, además, el uso de frases tomadas de los cuadernos de bitácora de estos exploradores es un recurso ampliamente utilizado para inspirar al potencial visitante antártico. Entre los exploradores, la figura de Ernest Shackleton es destacada por sobre todas las demás, respondiendo a un relato ya prácticamente estructurado y hegemónico de las operadoras turísticas que instalaron una narrativa dominante y que forma parte de las

representaciones de los visitantes antárticos al reconocerlo como el gran explorador antártico.

Cuando se realizan referencias al paisaje antártico en su conjunto, considerándolo como una unidad, se utilizan palabras específicas que se repiten tanto en los folletos como en las descripciones de los pasajeros: temor inspirador, impresionante, magnífico, prístino, más allá de la imaginación, entre otros. Todos estos términos mantienen la función de hipérbole, relacionada con el lenguaje de la euforia, tan propio del género del turismo. Estas palabras representan los atributos de la Antártida dando la idea de un sentimiento poderoso y arrollador. Asimismo, el paisaje antártico es definido al enfatizar palabras que remiten a lo remoto, naturaleza salvaje, vastedad e inmensidad, palabras con una fuerte connotación de unicidad. Por otra parte, las descripciones de sitios históricos hacen alusión a las dificultades y a las epopeyas épicas de los exploradores, acentuando el carácter aislado y lejano del lugar.

Asimismo, se observa la identificación de los visitantes con un perfil vinculado a la exploración y descubrimiento, siguiendo la idea de Cohen (1974) se plantea una contradicción, ya a esta tipología adhieren los turistas “no institucionalizados”, es decir, quienes viajan organizados por el negocio turístico; en la clasificación que plantea Plog (2001) se trata de turistas alocéntricos. A su vez, encontramos que tanto desde los visitantes como desde las operadoras turísticas está presente una necesidad de distinción en el sentido que plantea de Bourdieu (2012).

Cabe destacar que estas construcciones sobre cómo el visitante se ve a sí mismo y las representaciones que tiene del lugar de visita están atravesadas por una serie de factores que actúan en el lugar de residencia, funcionando como determinantes durante todo el proceso de la experiencia turística.

El alto grado de satisfacción alcanzado por la mayoría de los visitantes señala que este juicio cognitivo de evaluación de la propia experiencia lo produjo la belleza del paisaje, la experiencia de aprendizaje, la sensación de lo remoto, entre otros. De este modo, podemos comprobar que el comportamiento del visitante se encuentra, hasta cierto punto, determinado por concretar experiencias auténticas como una antítesis a la superficialidad de lo común u ordinario.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, vemos cómo la búsqueda de entornos alejados y con características de alteridad respecto de núcleos urbanos muy desarrollados, hacen que la movilidad turística en el mar haya adquirido gran notoriedad, particularmente, hacia destinos que resultan poco amigables para la navegación y para la visita turística por las distancias de los nodos emisivos de turismo más importantes y las adversidades meteorológicas que presentan. Las operadoras turísticas, que reconocen la capacidad de atracción de estos espacios, organizan los viajes a la Antártida diversificando cada vez más los itinerarios para diferenciarse de la competencia en un mercado cada vez más demandante. La Península Antártica es la zona del continente que se destaca por la proximidad geográfica con puertos de Sudamérica, fundamentales para las operaciones logísticas y por concentrar recursos naturales y culturales en mejores condiciones de operación marítima que el resto del continente. En este sentido, reconocemos a la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur como región turística, identificando distintas áreas que se definieron en función de la dirección e intensidad de los flujos turísticos. A su vez, estas áreas se relacionan con viajes que la mayoría de las operadoras turísticas organizan a otros espacios asociados del Atlántico Sur, como las Islas Malvinas y Georgias del Sur, configurando un espacio turístico comprendido en el marco de los límites de la Provincia Tierra del Fuego, Antártida e Islas del

Atlántico Sur. La articulación de los archipiélagos Islas Malvinas e Islas Georgias del Sur con los viajes de turismo antártico se debe, básicamente, a la concentración de escenarios que complementan el viaje antártico a partir de la gran variedad de avifauna y fauna marina que se encuentra en sus costas como así también debido a la presencia de recursos históricos y simbólicos.

En el marco de esta diversificación de la oferta estos destinos asociados cobraron un especial significado como componentes del producto turístico antártico, debido a que se han mantenido como espacios prácticamente inalterados, con un alto valor ecológico ambiental. Como consecuencia del surgimiento de nuevos paradigmas vinculados a la sostenibilidad ambiental y a la valoración de la naturaleza, se produce una mercantilización como destinos complementarios, generando, en algunos casos, desplazamientos turísticos por sí mismos.

Es así como a partir de la distribución de los flujos de turismo antártico se visualizan distintas áreas con una funcionalidad y jerarquía diferente. Atendiendo al concepto de puerta de entrada en su sentido más amplio, Ushuaia mantiene su rol como tal debido a la proximidad geográfica con la Península Antártica y por brindar una oportunidad de conexión intercontinental que favorece el recambio de pasajeros como así también las posibilidades de abastecimiento de bienes e insumos y diferentes servicios marítimos, logísticos y turísticos en función de su infraestructura y especialización.

Por otra parte, se observa claramente, que Ushuaia no ocupa un lugar relevante en la mirada de las operadoras turísticas como un destino complementario de Antártida, este hecho se evidencia en el contenido de los folletos analizados, donde únicamente es reconocida desde un punto de vista utilitario en su rol de puerta de entrada a la Antártida. Además, el tiempo de permanencia en la ciudad es estrictamente el necesario para realizar la logística del buque con toda la complejidad de esta

operatoria. En términos generales, las excursiones que se ofrecen funcionan como “distractores” para poder llevar adelante el recambio de pasajeros y no como una posibilidad concreta de conocimiento del destino turístico.

No obstante, Ushuaia y en sentido más amplio, Tierra del Fuego, fueron valorados positivamente por los visitantes antárticos, alcanzando un alto grado de satisfacción sobre la experiencia en el lugar. Además, manifestaron su deseo de permanecer más tiempo y desarrollar distintas actividades, destacándose aquéllas que se relacionan con las conexiones entre Ushuaia/Tierra del Fuego y la Antártida a través de excursiones temáticas. Entendemos que el aprovechamiento de esta posibilidad fortalece la vinculación de Ushuaia con la Antártida, asignándole otros valores como puerta de entrada y generando una identidad que supera la cuestión estrictamente turística y la posiciona en un rol más comprometido respecto de la comunidad local y visitantes no antárticos.

Si bien el turismo antártico es dependiente estructuralmente de agentes externos al territorio, podemos afirmar que Ushuaia como puerta de entrada del turismo antártico, se encuentra ante la posibilidad de construir estrategias que permitan “endogeneizar” las actuaciones a partir de una oferta estudiada, especializada y controlada en la escala local, requiriendo de propuestas particulares para un segmento de demanda muy interiorizado en las diferentes temáticas polares y muy sensible ante cuestiones ambientales. A partir de lo observado, consideramos que resultaría de interés la creación de una oferta específica que permita establecer lazos con la Antártida desde diferentes dimensiones, brindando una experiencia sustantiva y consolidando el destino Ushuaia en su rol de “antesala a la Antártida”, como destino complementario y especializado en temas antárticos.

Por último y a modo de síntesis, entendemos que aquí se presenta un mapa complejo de movilidad de flujos turísticos marítimos en espacios remotos. En primer lugar, vemos cómo las representaciones sociales le asignan a la Antártida valores estéticos fundados en las características de unicidad que ofrece este continente. En segundo lugar, analizando a la Antártida como un destino inhóspito y aislado de los principales centros urbanos observamos que requiere del apoyo de puertas de entrada para poder realizar sus operaciones. Además, recordamos que este continente se encuentra bajo un régimen jurídico especial, el Tratado Antártico, en el marco del cual se toman todas las decisiones que regulan las políticas antárticas, interviniendo 29 Partes Consultivas para la construcción del consenso.

Por otra parte, de las cinco puertas de entrada reconocidas internacionalmente, Ushuaia es la que ofrece mejores ventajas comparativas y competitivas en virtud de su proximidad geográfica y de infraestructura portuaria y aeroportuaria como así también por servicios especializados que garantizan la resolución de cada operatoria logística. No obstante, aún no ha logrado un rol destacado en el diseño de los itinerarios como destino complementario de la Antártida, aunque los visitantes sí visualizan esta posibilidad.

La configuración de este espacio a partir de las prácticas turísticas reafirma su complejidad en virtud de los actores intervinientes en el diseño e implementación de los programas turísticos, la demanda internacional, en general muy concientizada en temas antárticos y la incorporación de espacios insulares en disputa, Islas Malvinas e Islas Georgias del Sur, asociados a la visita antártica y Ushuaia como puerta de entrada marítima a la Antártida, que cuenta con una oportunidad singular para promover distintas cuestiones inherentes a la educación y el turismo en sus

vinculaciones con la Antártida, desarrollando un rol relevante frente a la comunidad internacional antártica.

RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos en esta tesis, consideramos importante proponer algunas recomendaciones para ser discutidas y evaluar sus posibilidades de concreción.

En función de la experiencia sumamente satisfactoria que manifestaron haber vivido los visitantes en la Antártida y atendiendo a voluntad de permanecer más tiempo en Ushuaia/Tierra del Fuego, creemos que sería de gran importancia el desarrollo de diferentes actividades que pudieran contribuir con la generación de experiencias que permitan desarrollar imágenes positivas en los visitantes y en los operadores turísticos para retroalimentar un círculo de representación que contenga a Ushuaia/Tierra del Fuego como destino complementario de la Antártida.

En este contexto, y respecto de una mayor diversificación de la oferta de actividades turísticas, observamos que es necesario trabajar sobre dos ejes que podríamos denominar “programas de especialización”, para lo cual es prioritario definir políticas públicas turísticas orientadas al desarrollo del sector en ese sentido. Por un lado, estudiar distintas posibilidades para la generación de nuevos circuitos turísticos que se vinculen con temas de interés antártico. Por otro lado, contar con recursos humanos debidamente capacitados y especializados en diferentes campos cuyos esfuerzos conjuntos permitan la generación de nuevos proyectos y líneas de acción.

Si bien existen ciertas ventajas representadas por dotaciones iniciales básicas, como son los factores de localización, éstas no son suficientes si no existen estrategias de transformación para convertir al territorio en un destino competitivo. Es más, si el destino sólo confía en estas ventajas dadas

desperdicia posibilidades frente a otros destinos que aprovechan rentas de localización similares. Pero si las ventajas iniciales se transforman mediante el conocimiento, control y conversión de las características intrínsecas del territorio, se genera una estrategia para lograr un mejor posicionamiento. Creemos que este proceso, particularmente en el caso considerado, debería jerarquizar la calidad y la especialización de la ciudad en función de su rol de ciudad turística y puerta de entrada a la Antártida, con los compromisos relacionados con el cuidado ambiental, promoción de educación antártica, desarrollo de una “identidad antártica”, entre otros temas.

Entendemos que Ushuaia/Tierra del Fuego presenta en relación con la Antártida potencialidades para el turismo y que la especialización puede lograrse a través de una cuidadosa selección de los recursos, cualificación de recursos humanos, excursiones tematizadas y creación de un centro temático que permita reunir cuestiones directamente vinculadas a la Antártida -exhibiciones, documentales, conferencias, resultados de proyectos científicos y/o académicos, filatelia, correo, venta de materiales, entre otros-. Creemos que a partir de estas acciones se puede fortalecer el rol de Ushuaia como puerta de entrada a Antártida y lograr su integración en circuitos turísticos antárticos como destino complementario y no únicamente como puerta de entrada desde un carácter exclusivamente operativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abric, J. C. (coord.) (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacán.
- Agnew, J. (1987). *The United States in the world economy*. Cambridge: University Press.
- Agnew, J. (2011). Space and place. En J. Agnew y D. Livingstone (Eds.) *Handbook of geographical knowledge*. (pp. 316-330). London: Sage.
- Águila Soto, C. (2007). *Sobre el ocio y la posmodernidad*. Sevilla: Wanceulen.
- Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. *GEOUSP, Espaço e Tempo*, N° 16: 166-180.
- Ander-Egg, E. (1993). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Magisterio del Río de la Plata.
- Antarctica XXI (2012). *10 años en la Antártica 2003/2013*. Santiago: Ocho Libros.
- Antón clavé, S. (1996). Turismo y gestión municipal del patrimonio cultural y monumental. La administración turística del municipio en España: complejidad y diversidad. *III Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo*, 29 y 30 de noviembre 1996, Gijón.
- Argentina (2014). Informe preliminar sobre flujos de visitantes y de buques de turismo antártico que operaron en el puerto de Ushuaia durante la temporada 2013/2014. *XXXVII Reunión Consultiva del Tratado Antártico, IP 84*, 28 de abril al 7 mayo, Brasilia.
- Argentina (2017a). Informe sobre flujos de visitantes y de buques de turismo antártico que operaron en el puerto de Ushuaia durante la temporada 2016/2017. *XL Reunión Consultiva del Tratado Antártico, IP 137*, 22 mayo al 1 de junio, Beijing.
- Argentina (2017b). El turismo marítimo antártico a través de Ushuaia desde sus inicios en 1958 hasta la actualidad. *XL Reunión Consultiva del Tratado Antártico, IP 160*, 22 mayo al 1 de junio, Beijing.
- Baldacchino, G. (2006). Editorial introduction. En G. Baldacchino (Ed.). *Extreme tourism. Lessons from the world's cold-water islands* (pp. 3-12). Amsterdam: Elsevier.
- Baloglu, S. y McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of tourism research*, 24 (6): 808-89.
- Bastida, R. y Rodríguez, D. (2003). *Mamíferos marinos. Patagonia y Antártida*. Buenos Aires: Vázquez Mazzini Editores.
- Bauer, T. (2001). *Tourism in the Antarctic. Opportunities, Constraints and Future Prospects*. Nueva York: Haworth University Press.

- Beedie, P y Hudson, S. (2003). Emergence of maountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 30 (3): 625-643.
- Benayas, J.; Justel, A.; Tejedó, P.; Tin, T. y Pertierra, L. (2016). Comparative analysis of tourists', field scientists' and undergraduate students' perceptions of Antarctic landscapes. *Fifth International Polar Tourism Research Network (IPTRN)*, Akureyri: University of Akureyri.
- Bender, N. A.; Crosbie, K. y Lynch, H. J. (2016). Patterns of tourism in the Antarctic Peninsula region: a 20-year analysis. *Antarctic Science*, pp: 1-10.
- Berdoulay, V. (2012). El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario. En A. Lindón y D. Hiernaux (Dirs.). *Geografías de lo imaginario* (pp.49-64). México: Anthropos.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6 (2): 29-50.
- Bertoncello, R. (2008). Presentación. En R. Bertoncello (Comp.) *Turismo y Geografía*, (pp. 5-15). Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- Bertram, E.; Miur, S. y Stonehouse, B. (2007). Gateway ports in the development of Antarctic tourism. En J. M. Snyder y B. Stonehouse (Eds.) *Prospects for Polar Tourism* (pp.123-146). Londres: CABI.
- Bigné, J. y Sánchez, M. (2001). Evaluación de la imagen de destinos turísticos: una aplicación metodológica en la comunidad Valenciana. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 10 (3): 189- 200.
- Boisier, S. (1997). El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial. *Documento LC/IP/G. 103*. Santiago: Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social.
- Boller, F.; Hunziker, M.; Conedera, M.; Elsasser, H. y Krebs, P. (2010). Fascinating remoteness: The dilemma of hiking tourism development in peripheral mountain areas. *Mountain Research and Development*, Vol. 30 (4): 320-331.
- Bondel, S.; Font, S. y Pérez, M. (1995). *Tierra del Fuego. Una geografía regional*. Comodoro Rivadavia: Editorial Universitaria de la Patagonia.
- Borrie, W. T. y Roggenbuck, J. W. (2001) The dynamic, emergent, and multi-phasic nature of on-site wilderness experiences. *Journal of Leisure Research*, Vol. 33 (2): 202-228.
- Borla, M. L. y Vereda, M. (2015). *Explorando Tierra del Fuego. Manual del viajero en el fin del mundo*. Ushuaia: Utopías.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterio y bases del gusto*. Buenos Aires: Taurus,

Alfaguara Ediciones. [1979]

- Boyd Kramer, D.; Urquhart, G. y Schmitt, K. (2009). Globalization and the connection of remote communities: A review of household effects and their biodiversity implications. *Ecological Economics*, 68: 2897-2909.
- Burke, E. (2010). *A philosophical inquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful*. Oxford: Oxford University Press. [1757].
- Bustos Cara, R. (1996). El turismo y los procesos de transformación territorial. En A. A. B. Rodrigues (Coord.), *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais* (pp. 86-93). São Paulo: Hucitec.
- Butler, R. W. (1986). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24: 5-12.
- Butler, R. W. (1993). Tourism development in small islands: Past influences and future directions. En D. G. Lockhart; D. Drakakis-Smith y J. A. Schembri (Eds.). *The development process in small island states* (pp. 71-91). Londres: Routledge.
- Buttimer, A. (1976). Grasping the dynamism of lifeworld. *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 68 (2): 277-292.
- Buttimer, A. y Seamon, D. (2015). *The human experience of space and place*. Nueva York: Routledge. [1980].
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica*, 19: 9-31.
- Caminos, R. y Massabie, A. C. (1980). *Geología regional argentina*, Vol. II. Córdoba: Academia Nacional de Ciencias de Córdoba.
- Camprubí, R.; Guía, J. y Comas, J. (2009). La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. *Pasos*, Vol. 7 (2): 255-270.
- Capel, H. (1963). Percepción del medio y comportamiento geográfico. *Revista de Geografía*, Nº 7: 58-150.
- C.A.R.I. (1996). *Antártida y el Sistema del Tratado Antártico*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- C.A.R.I. (2005). *La Argentina en la Antártida*. Buenos Aires: Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales.
- Cartier, C. (2005). Introduction. En Cartier, C. y Lew, A. A. (Eds.), *Seductions of place. Geographical perspectives on globalization and touristed landscapes* (pp. 16-31). Nueva York: Routledge.
- Chadefaud, M. (1987). *Aux origines du tourisme dans les pays de L'Adour. Du mithe a l'espace: en essai de géographie historique*. Bourdeaux: Universidad de Bourdeaux.

- Claval, P. (2002). El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, N° 34: 21-29.
- Clawson, M. y Knetsch, J. L. (1966). *Economics of outdoor recreation*. Baltimore: Hopkins Press
- Cohen, E. (1974). Toward a sociology of International tourism. *Social Research*, 39 (I): 164-182.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experience. *Sociology*, 13: 179-201.
- Cohen, E. (1989). Primitive and remote. Hill tribe trekking in Thailand. *Annals of Tourism Research*, Vol. 16: 30-61.
- Cohen, E. (2002). Authenticity, equity and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 10 (4): 267-276.
- Cohen, E. (2004). A phenomenology of tourist experiences. En S. Williams (Ed.), *The experience of Tourism*, Volumen II, (pp. 3-26). Nueva York: Routledge.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, Vol. 42 (1): 11-24.
- Colacrai, M. (2012). *Continuidades y cambios en la política antártica argentina 1959-2001*. Berlín: Editorial Académica Española.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D. y Wanhill, S. (2007). *El turismo. Teoría y práctica*. Madrid: Síntesis. [1993].
- Corrêa, R. L. (1995). Espaço, um conceito-chave da geografia. En I. E. De Castro, P. C da Costa Gomes y R. L. Corrêa (Eds.), *Geografia: conceitos e temas* (pp.15-47). Río de Janeiro: Editora Bertrand.
- Correia, A. y Moital, M. (2009). Antecedents and consequences of prestige motivation in tourism. En M. Kozak y A. Decrop (Eds.). *Handbook of Tourist Behaviour* (pp. 16-32). Londres: Routledge.
- Cosgrove, D. E. (1998). *Social formation and symbolic landscape*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press. [1984].
- Cresswell, T. (2010). *Place. A short introduction*. Oxford: Blackwell Publishing. [2004].
- Cronon, W. (1995). The trouble with wilderness; or, getting back to the wrong nature. En J. Baird Callicot y M. Nelson (Eds.). *The Great New Wilderness Debate* (pp. 69-90). Atenas: University Press.
- Crouch, D. (2005). Tourism research. Practices and tourism geographies. En B. W. Ritchie; P. Burns y C. Palmer (Eds.). *Tourism research methods. Integrating theory with practice* (pp. 73-84). Oxfordshire: Cabi Publishing.

- Czikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Czikszentmihalyi, M. (1990). *Fluir (flow). Una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairós.
- Czikszentmihalyi, M. (1998). *Aprender a fluir*. Barcelona: Kairós.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourism motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, Vol. 8 (2): 187-219.
- Dann, G. M. S. (1996). *The language of tourism. A sociolinguistic perspective*. Wallingford: CAB International.
- Dann, G. M. S. (2006). Promotional issues. En G. Baldacchino (Ed.). *Extreme tourism. Lessons from the world's cold-water islands* (pp. 15-29). Amsterdam: Elsevier.
- Dann, G. M. S. (2010). Tourists' images of a destination. An alternative analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5: 41-55.
- Dawson, C. P. (2004). Monitoring outstanding opportunities for solitude. *International Journal of Wilderness*, Vol. 10 (3): 12-29.
- Del Acebo Ibañez, E. y Schlüter, R. (2012). *Diccionario de Turismo*. Buenos Aires: Claridad.
- Diegues, A. C. (2000). El mito moderno de la naturaleza intocada. *Hombre y Ambiente* Nº 57-58. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Di Meo, G. (1991). De l'espace subjectif à l'espace objectif: l'itinéraire du labyrinthe. *L'espace géographique*, Nº 4: 359-373.
- Di Méo, G. y Buléon, P. (2005). *L'espace social. Lecture géographique des sociétés*. París: Armand Colin.
- Donaire, J. A. (1998). La reconstrucción de espacios turísticos. La geografía del turismo después del fordismo. *Sociedad y Territorio*, Nº 28. Girona, Universidad de Girona.
- Duveen, G. y Lloyd, B. (2008). Las representaciones sociales como una perspectiva de la psicología social. En J. A. Castorina (Comp.), *Representaciones sociales* (pp 29-39). Barcelona: Gedisa.
- Enzenbacher, De. J. (1992). Tourists in Antarctica. Numbers and Trends. *Polar Record*, Vol. 28 (164): 17-22.
- Febas Borra, J. L. (1978). Semiología del lenguaje turístico. *Estudios turísticos* 57-58: 17-192.
- Figuerola Palomo, M. (2000). *Introducción al estudio económico del turismo*. Madrid: Civitas Ediciones.

- Foucault, M. (1987). *La hermenéutica del sujeto*. Madrid: La Piqueta.
- Francesconi, S. (2011). Images and writing in tourist brochures, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9 (4): 341-356.
- Francesconi, S. (2014). *Reading tourism texts. A multimodal analysis*. Toronto: Channel view Publications.
- Funes Molineri, M.; Esmoris, A. L.; García, M.; La Greca, N.; Perez, C.; Brudnick, G.; Rojas, M. S. y Etchandy, P. (2009). Algunas reflexiones sobre las representaciones sociales y prácticas de los profesionales de salud escolar. *Anuario de Investigaciones*, Facultad de Psicología, UBA, Vol. 16: 231-237.
- Gandin, S. (2015). Translating the representation of the tourist landscape: A corpus-based study. *Topics in linguistics*, N° 15: 1-14.
- Getino, O. (2009). *Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, Vol. 24 (2): 283-304.
- González Bernáldez, F. (1981). *Ecología y paisaje*. Madrid: Ediciones Blume.
- Graburn, N. H. H. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 10: 9-33.
- Guyer, R. E. (2006). Circunstancias que llevaron a la negociación y adopción del Tratado Antártico en 1959. En A. D. Abruza (Ed.), *A cien años de la presencia permanente e ininterrumpida de la Argentina en la Antártida* (pp.36-40). Ushuaia: Legislatura de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Asociación Argentina de Derecho Internacional.
- Hall, M. (2010). Tourism and environmental change in polar regions: Impacts, climate change and biological invasion. En M. Hall and J. Saarinen (Eds.) *Tourism and change in polar regions* (pp. 236-246). Nueva York: Routledge
- Hawkins, D. I.; Best, R. J. y Coney, K. A. (2004). *Comportamiento del consumidor. Construyendo estrategias de marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Harvey, S. (1998). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu Ediciones.
- Headland, R. K. (1994). Historical Development in Antarctic Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 (2): 269-280.
- Hettinger, N. (2005). Allen Carlson's environmental aesthetics and the protection of the environment. *Environmental Ethics*, Vol. 27: 57-76.

- Hiernaux, D. (1996). Elementos para un análisis sociogeográfico del turismo. *Turismo e geografía: reflexões teóricas e enfoques regionais* (pp. 39-54). São Paulo: Hucitec.
- Hiernaux, D. (2002). Turismo e imaginarios En D. Hiernaux; A. Cordero y L. Van Duynen Montijn (Eds.), *Imaginarios sociales y turismo sostenible. Cuadernos de Ciencias Sociales*, 123: 7-36. Costa Rica: Flacso.
- Hiernaux, D. (2006). Geografía del turismo. En D. Hiernaux y A. Lindón (Dir.), *Tratado de geografía humana* (pp. 401-432). México: Anthropos.
- Hiernaux, D. y Lindón, A. (2012). Renovadas intersecciones: la especialidad y lo imaginario. En D. Hiernaux y A. Lindón (Eds.). *Geografías de lo imaginario*, (pp. 9-28). Barcelona: Anthropos.
- Higham, E. C.; Holt, A. y Kearsley, G. W. (1996). Tourist flow reasoning: the spatial similarities of tourist movements. *Proceedings of the Spatial Information Research Center's 8th Colloquium* (pp. 75-84). Nueva Zelanda: University of Otago.
- IAATO (2008). IAATO Overview of Antarctic tourism 2007-2008 Antarctic season and preliminary estimates for 2008-2009 Antarctic season. XXXI *Reunión Consultiva del Tratado Antártico*, IP 85, 2-13 de junio, Kiev.
- IAATO (2013). Overview of Antarctic tourism 2012-2013 Antarctic season and preliminary estimates for 2013-2014 Antarctic season. XXXVI *Reunión Consultiva del Tratado Antártico*, IP 103, 20-29 de mayo, Bruselas.
- IAATO (2014). Overview of Antarctic tourism 2013-2014 Antarctic season and preliminary estimates for 2014-2015 Antarctic season. XXXVII *Reunión Consultiva del Tratado Antártico*, IP 45, 28 de abril al 7 de mayo, Brasilia.
- Imberti, S. (2007a). Islas Malvinas. En A. S. Di Giacomo, M. V. De Francesco. y E. G. Coconier (Eds.). *Áreas importantes para la conservación de las aves en Argentina. Sitios Prioritarios para la conservación de la biodiversidad* (pp.469-471). Buenos Aires: Aves Argentinas.
- Imberti, S. (2007b). Islas Georgias del Sur. En A. S. Di Giacomo, M. V. De Francesco. y E. G. Coconier (Eds.). *Áreas importantes para la conservación de las aves en Argentina. Sitios Prioritarios para la conservación de la biodiversidad* (467-468.). Buenos Aires: Aves Argentinas.
- Imberti, S. (2007c). Islas Sandwich del Sur. En A. S. Di Giacomo, M. V. De Francesco. y E. G. Coconier (Eds.). *Áreas importantes para la conservación de las aves en Argentina. Sitios Prioritarios para la conservación de la biodiversidad* (468-469). Buenos Aires: Aves Argentinas.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. *Censo Nacional de población, hogares y viviendas 2010*. Recuperado de www.indec.gov.ar. Accedido 17-11-2016.

- Iso Ahola, S. (1982). Toward a social psychology theory of tourism motivation. *Annals of Tourism Research*, 9: 256-261.
- Izaguirre, I. y Mataloni, G. (2000) *Antártida. Descubriendo el Continente Blanco*. Buenos Aires: Editorial Del Nuevo Extremo.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. Nueva York: Routledge.
- Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: The circle of representation. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*. Vol. 5 (3): 305-328.
- Jensen, M. (2007). Estimación de los ingresos aeroportuarios asociados a Ushuaia como puerta de entrada a Antártida durante la temporada 2005/2006. *Actas VIII Jornadas Nacionales en Turismo*. UNAM, Posadas.
- Jensen, M. y Daverio, M. E. (2008). Ushuaia, Argentina. 50 años como puerta de entrada al continente antártico. *Actas IX Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. UNSJ, San Juan.
- Jensen, M. y Vereda, M. (2013a). Análisis del turismo antártico a través del puerto de Ushuaia desde una perspectiva diacrónica (1958-2013). *Actas XIII Encuentro de Historiadores Antárticos Latinoamericanos*. Ushuaia: Museo Marítimo.
- Jensen, M. y Vereda, M. (2013b). La filatelia como fuente complementaria de información en la investigación. Aplicación al caso del turismo antártico. *XII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. Ushuaia: Universidad Nacional de Tierra del Fuego.
- Jensen, M. y Vereda, M. (2015). Ingresos aeroportuarios asociados al turismo antártico a través de la ciudad de Ushuaia, Argentina. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, Vol. 13: 121-142.
- Jensen, M. y Vereda, M. (2016). The development of Antarctic tourism through Ushuaia as a gateway port. En Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R. (Eds.). *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent* (pp. 75-99). Berlín: Springer.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici (Comp.), *Psicología social, II. Pensamiento y vida social*, (pp 469-494). Buenos Aires: Paidós.
- Kachel, U. y Jennings, G. (2010). Exploring tourists' environmental learning, values and travel experiences in relation to climate change: A postmodern constructivist research agenda. *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10 (2): 130-140.
- Kant, M. (2003). *Crítica del juicio seguida de las observaciones sobre el asentimiento de lo bello y sublime*. Biblioteca Virtual. [1876]. <http://www.biblioteca.org.ar/libros/89687.pdf>

- Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.; Rufin Moreno, R. y Reina Paz, M. D. (2005). *Marketing para turismo*. Madrid: Pearson.
- Landau, D. y Spletstoeser, J. (2006). Management of Tourism in the marine environment of Antarctica: The IAATO perspective. *Tourism in marine environments*, Vol. 4, N° 2-3: 121-133.
- Laws, R. (1992) *Antártida. La última frontera*. Madrid: Ediciones del Serbal.
- Lawson, S. y Burkhardt, R. (2005). *Remoteness sells. A report on resource-based tourism in Northwestern Ontario*. Ontario: Ontario Nature and Wildlands League.
- Li, Y. (2000). Geographical consciousness and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 27 (4): 863-883.
- Lindón, A. (2004). Las huellas de Lefebvre sobre la vida cotidiana. *Veredas*, N° 8: 39-60.
- Lindón, A. (2006). Geografías de la vida cotidiana. En: D. Hiernaux y A. Lindón (Eds.), *Tratado de Geografía Humana* (356-400). México: Anthropos.
- Lück, M. (2010). Environmental impact of polar cruises. En M. Lück, P. Maher y E. J. Stewart (Eds.), *Cruise tourism in polar regions* (pp.109-132). Washington: Earthscan.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, Vol. 79 (3): 589-603.
- MacCannell, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina. [1976]
- Maher, P. (2007). Advocating for Antarctic wilderness: short term visits and human values. En A. Watson, J. Sproull y L. Dean (Comps.), *Actas Eighth World Wilderness Congress* (170-177). Anchorage: USDA Forest Service.
- Maher, P. T. (2010). *Footsteps on the ice: visitor experiences in the Ross Sea Region, Antarctica*. Tesis doctoral. Recuperada de https://researcharchive.lincoln.ac.nz/bitstream/handle/10182/1369/Maher_PhD.pdf;sequence=3. Canterbury: Lincoln University.
- Maher, P. T. (2013). Looking back, venturing forward: challenges for academia, community, and industry in polar tourism research. En D. K. Müller, L. Lundmark y R. H. Lemelin (Eds.). *New issues in polar tourism* (pp. 19-35). Nueva York: Springer.
- Malpas, J. E. (1999). *Place and experience. A philosophical topography*. Cambridge: University Press.
- Mannell, R. C. e Iso-Ahola, S. E. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, Vol. 14: 314-330.

- Marradi, A.; Archenti, N. y Pivani, J. I. (2010). *Metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Cengage Learning Argentina.
- Martínez de Pisón, E. (1998). El concepto de paisaje como instrumento de conocimiento ambiental. *Paisaje y medio ambiente*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. Madrid: Díaz de Santos. [1954].
- Mastache, A. (2008). El aprendizaje en la escuela: un ejemplo de vacío a saber. *Revista de la Escuela de Ciencias de la Educación*, Año 4, N° 3: 179-194.
- Matteucci, S. D. (1998). El análisis regional desde la ecología. En S. D. Matteucci y G. D. Buzai (Eds.), *Sistemas ambientales complejos* (pp. 117-150). Buenos Aires: Eudeba.
- Mazar Barnett, J. y Pearman, M. (2001). *Lista comentada de las aves argentinas*. Barcelona: Lynx.
- Merlino, A. (2009). *Investigación cualitativa en ciencias sociales*. Buenos Aires: Cengage Learning.
- Meyer, D. (2004). *Tourism routes and gateways*. Sheffield: Overseas Development Institute.
- Molina, A. and Águeda, E. (2006). Tourism brochures. Usefulness and image. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33 (4): 1036-1056.
- Molina Ibañez, M. (1986) Paisaje y región: Una aproximación Conceptual y Metodológica En A. García Ballesteros (Coord.), *Teoría y práctica de la geografía* (pp. 63-87). Madrid: Editorial Alhambra.
- Moore, D. M. (1983). *Flora of Tierra del Fuego*. Reading: Anthony Nelson.
- Morandi, C. (1993). *Nomenclador Antártico Argentino*. Buenos Aires: Servicio de Hidrografía Naval.
- Morandi, C. (2013). Antártida y su normalización toponímica. *Boletín del Centro Naval* N° 836: 197-202.
- Morín, E. (1998). *El Método. Las Ideas*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Murray, C. y Jabour, J. (2004). Independent expeditions and Antarctic tourism policy. *Polar Record*, 40 (215): 209-317.
- Nogué i Font, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Estudios Turísticos*, 1115: 45-54.
- Nogué Font, J. y De San Eugenio, J. (2009). Pensamiento geográfico versus teoría de la comunicación. *Doc. Anàl. Geogr.*, N° 55: 27-55.

- Nuttal, M. (2010). Narratives of history, environment and global change: expeditioner-tourists in Antarctica. En J. Saarinen y M. Hall (Eds.) *Tourism and Change in Polar Regions. Climate, Environments and Experiences* (pp. 204-214), Nueva York: Routledge.
- Organización hidrográfica Internacional (1953). *Limits of Oceans and Seas. Special Publication N° 23*. Mónaco: OHI.
- O. M. T. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- O. M. T. (2003). *La actividad de los cruceros turísticos en el mundo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- O. M. T. (2008). *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- O'Neill, T. A.; Balks, M. R. y López-Martínez, J. (2013). The effectiveness of environmental impact assessments on visitor activity in the Ross Sea region of Antarctica. En D. K. Müller, L. Lundmark y R. H. Lemelin (Eds.) *New issues in polar tourism* (pp. 87-110). Nueva York: Springer.
- Ortega Domínguez, R. y Rodríguez Muñoz, I. (1997). *Manual de gestión del medio ambiente*. Madrid: Fundación Mapfre.
- Ortega Valcárcel, J. (2000). *Los horizontes de la geografía. Teoría de la geografía*. Barcelona: Ariel Geografía.
- Pacheco, M. A.; Mendoza Ontiveros, M. M. y Rodríguez Huerta, P. (2012). Las representaciones sociales de los estudios universitarios en México. *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 21: 1502-1520.
- Palazzi, R. O. (1987). *Antártida y Archipiélagos Subantárticos. Factores para su análisis*. T. I. Buenos Aires: Fuerza Aérea Argentina.
- Palmero, F. (2008). El proceso de motivación. En F. Palmero y F. Martínez Sánchez (Coords.). *Motivación y emoción* (pp. 1-26). Madrid: Mc Graw Hill.
- Pearce, D. G. (2001). An integrative framework for urban tourism research. *Annals of Tourism Research*, 28 (4): 926-946.
- Pearce, P. L. (2010). *Tourist behaviour. Themes and conceptual schemes*. Nueva York: Channel View Publications.
- Plog, S. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Quaterly*, Vol. 14 (4): 55-58.
- Plog, S. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity. An update of a Cornell Quaterly Classic. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly*, Vol. 42 (3): 13-24.

- Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, Nº 21: 17-35.
- Prentice, R. C.; Witt, S. F. y Hamer, C. (1998). Tourism as experience: The case of Heritage Parks. *Annals of Tourism Research*, Vol. 25 (1): 1-24.
- Reich, R. J. (1980). The development of Antarctic tourism. *Polar Record*. Vol. 20 (126): 203-214.
- Quintana, R. J.; Agraz, J. L. y Borgo, L. C. (1995). Biodiversidad en la Antártida. *Revista Ciencia Hoy*, Vol. 6, Nº 31: 37-43. Buenos Aires.
- Rabassa, J.; Serrat, D.; Martí Bono, C. y Coronato, A. (1990). El tardiglacial en el Canal Beagle, Tierra del Fuego, Argentina y Chile. *XI Congreso Geológico Argentino, Actas I*: 290-293, San Juan.
- Rabassa, J.; Bujalesky, G.; Meglioli, A.; Coronato, A.; Gordillo, S.; Roig, C. y Salemme, M. (1992). The Quaternary of Tierra del Fuego, Argentina: the status of our knowledge. *Sveriges Geologiska Undersokning*, Nº 81: 249-256.
- Rabassa, J.; Coronato, A.; Bujalesky, G. y Roig, C. (1998). Quaternary of the Andean region of Tierra del Fuego. South Atlantic Mesozoic correlations. *Third Annual Conference*. Comodoro Rivadavia.
- Reich, R. J. (1980). The development of Antarctic tourism. *Polar Record*. Vol. 20 (126): 203-214.
- Reunión Consultiva del Tratado Antártico (2008). *Informe Final de la Trigésima Primera Reunión Consultiva del Tratado Antártico*. Kiev, Ucrania, 2-13 junio de 2008.
- Roig, F. (1998). La vegetación de la Patagonia. *Flora Patagónica*, T. VIII, Vol. I: 48-166. Buenos Aires: INTA.
- Roldán, G. (2015). ¿Una puerta al Continente Blanco? La importancia de las puertas de entrada a la Antártida hoy. *Journal de Asuntos Antárticos*, Vol. II: 61-75.
- Roura, R. (2010). Cultural heritage tourism in Antarctica and Svalbard: patterns, impacts and policies. En J. Saarinen y M. Hall (Ed.) *Tourism and Change in Polar Regions. Climate, Environments and Experiences* (pp. 180-203), Londres: Routledge.
- Roura, R. (2011). *The footprint of polar tourism. Tourist behaviour at cultural heritage sites in Antarctica and Svalbard*. Amsterdam: Circumpolar Studies.
- Ryan, C. (1997). *The tourist experience: A new introduction*. London: Cassells.
- Ryan, C. (2000). Tourist experiences, phenomenographic analysis, post-positivism and neural network software. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 2 (2): 119-131.
- Ryan, C. (2011). Conceptualising the tourist experience. R. Sharpley y P. R. Stone

- (Eds.), *Tourist experience* (pp. 9-20). Londres: Routledge.
- Sack, R. D. (1997). *Homo geographicus: A framework for action, awareness, and moral concern*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Saito, Y. (1998). The aesthetics of unscenic nature. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 56 (2): 101-111.
- Sánchez, R. A. (2007). *Antártida. Introducción a un continente remoto*. Buenos Aires: Editorial Albatros.
- Sánchez, R. A. y Roura, R. (2016). Supervision of Antarctic tourism: A pending issue? En Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R. (Eds.). *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent* (pp. 41-63). Berlín: Springer.
- San Martín, H. (2005). *Estudio de la imagen del destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador*. (Tesis doctoral). Recuperada de UCrea: Repositorio Abierto de la Universidad de Cantabria, Santander.
- Santarelli, S. y Campos, M. (2002). *Corrientes epistemológicas, metodología y prácticas en geografía*. Bahía Blanca: Editorial Universidad Nacional del Sur.
- Santos, M. (1977). Society and Space: social formation as theory and method. *Antipode*, Vol. 9 (1): 3-13.
- Santos, M. (1996). *Metamorfosis del espacio habitado*. Barcelona: Oikos-Tau.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio*. Barcelona: Editorial Ariel.
- SCAR (1992, actualizado 2017). Composite Gazetteer of Antarctica. *Scientific Committee on Antarctic Research*. GCMD Metadata (http://gcmd.nasa.gov/records/SCAR_Gazetteer.html).
- Schillat, M. (2016). Adventure tourism poses new challenges for the International Association of Antarctic Tour Operators. En Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R. (Eds.), *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent* (pp. 65-74). Berlín: Springer.
- Scoppa, C. (1998). Los suelos. *Flora Patagónica*, T. VIII, Parte 1: 15-30. Buenos Aires: INTA.
- Sharpley, R. y Stone, P. R. (2011). Introduction: Thinking about the tourist experience. En R. Sharpley y P. R. Stone (Eds.), *Tourist experience* (pp. 1-8). Londres: Routledge.
- Sierra Bravo, R. (2007). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid: Thomson.
- Sierra Bravo, R. (2008). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Thomson.

- Snyder, J. M. (2007). Economic roles of polar tourism: The polar tourism markets. En J. M. Snyder y B. Stonehouse (Eds.) *Prospects for Polar Tourism* (pp.49-70). Londres: CABI.
- Snyder, J. M. y Stonehouse, B. (2007). The growing significance of polar tourism. En J. M. Snyder y B. Stonehouse (Eds.) *Prospects for Polar Tourism* (pp. 3-14). Londres: CABI.
- Soja, E. W. (2009). *Thirdspace. Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Malden: Blackwell Publishing.
- Sue, R. (1982). *El ocio*. México: Fondo de Cultura.
- Summerson, R. y Bishop, I. D. (2011). Aesthetic value in Antarctica: beautiful or sublime? *The Polar Journal*, 1(2): 225-250.
- Summerson, R. (2016). Perceptions of wilderness and aesthetic value in Antarctica. A comparison of tourists, national Antarctic Program staff and non-visitors to Antarctica. *Fifth International Polar Tourism Research Network (IPTRN)*. Akureyri: Universidad de Akureyri.
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Buenos Aires: Paidós.
- Tran, X. y Ralston, L. (2006). Tourist preferentes. Influence of unconscious needs. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33 (2): 424-441.
- Tuán, Y. (2007). *Topofilia. Un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno*. Tenerife: Melusina. [1974].
- Tuán, Y. (2008a). *Space and place. The perspective of experience*. Minneapolis: University Press. [1977].
- Tuán, Y. (2008b). Space and place: Humanistic perspective. En J. Agnew, D. Livingstone, A. Rogers (Eds.), *Human geography. An essential anthology*, (pp. 444-457). Oxford: Blackwell Publishing. [1996]
- Tuhkanen, S. (1992). *The climate of Tierra del Fuego from a vegetation geographical point of view and its ecoclimatic counterparts elsewhere*. Helsinki: Finnish Botanical Publishing Board.
- Turner y Turner (1978). *Image and pilgrimage in Christian culture*. Nueva York: Columbia University Press.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience. Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, Vol. 32 (1): 99-216.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

- Vallejos Izquierdo, A. F.; Agudo Arroyo, Y.; Mañas Ramírez, B.; Arribas Macho, J. M.; Camarejo Rioja, L. A. y Ortí Mata, M. (2011). *Investigación social mediante encuestas*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch Editor.
- Vera, F.; López Palomeque, F.; Marchena, M. y Antón Clavé, S. (1997). *Análisis Territorial del Turismo*. Barcelona: Ariel Geografía.
- Vereda, M. (2004). *El Desarrollo de Ushuaia como puerta de entrada del turismo antártico. Tendencias y competitividad*. Tesis de maestría inédita, Universidad Internacional de Andalucía, Huelva, España.
- Vereda, M. (2005). La visión de Antártida y Ushuaia desde la mirada del visitante antártico. Una posibilidad de construir la complementaridad de destinos. *Actas VII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Vereda, M. y Mosti, P. (2005). Abastecimiento de buques de turismo antártico: Una oportunidad para el desarrollo local. Producción primaria de bienes de consumo (Ushuaia, Tierra del Fuego). *Actas VII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Vereda, M. (2007). Análisis de la relación de Ushuaia con el turismo antártico desde su rol de puerta de entrada marítima. Una aproximación desde los indicadores socio-económicos para la temporada 2005/2006. *Actas VIII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*. Posadas: Universidad Nacional de Misiones.
- Vereda, M. (2008a). Tierra del Fuego y Antártida: un inventario de recursos turísticos desde la complementariedad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 17, N° 3 y 4: 199-222.
- Vereda, M. (2008b). Ushuaia en el imaginario de los visitantes antárticos. Potencialidades para su desarrollo como destino complementario de Antártida. *Actas IX Jornadas Nacionales de Investigación Acción en Turismo*. San Juan: Universidad Nacional de San Juan.
- Vereda, M.; Losano, P.; Jensen, M. y Daverio, M. E. (2009). Cruceros turísticos en la costa patagónica y en el canal Beagle, Argentina. *Informe Final, Consolidación e Implementación del Plan de Manejo de la Zona Costera Patagónica para la Conservación de la biodiversidad, ARG02/G31*. Puerto Madryn: Fundación Patagonia Natural.
- Vereda, M. (2010). Images of Antarctica and Ushuaia (Argentina) as a Gateway port. En M. Hall y J. Saarineen (Eds.). *Tourism and change in polar regions. Climate environment and experience* (pp. 236-246). Nueva York: Routledge.

- Vereda, M. y Daverio, M. E. (2011). Áreas de interés turístico en la región de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur. Temporada 2010/2011. *Aportes y Transferencias en Turismo*, Año 15, Vol. 1: 83-106.
- Vereda, M. y Jensen, M. (2014). Territorios remotos del turismo: la articulación de espacios turísticos asociados en el Atlántico Sur meridional. *Actas VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. 25-27 de septiembre 2014. Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.
- Vereda, M. y Jensen, M. (2015). Comportamiento del turismo antártico que operó en el puerto de Ushuaia. Temporadas 2008/2009 a 2014/2015. *Actas XIII Jornadas Nacionales y VII Simposio Internacional de Investigación-Acción en Turismo*. Neuquén: Universidad Nacional del Comahue.
- Vereda, M. (2016a). Antarctica in the mind of visitors. Representations of a remote destination. En Schillat, M.; Jensen, M.; Vereda, M.; Sanchez, R. A. y Roura, R. (Eds.), *Tourism in Antarctica. A multidisciplinary view on new activities carried out on the White Continent* (pp. 1-19), Berlín: Springer.
- Vereda, M. (2016b). The construction of the Antarctic landscape from the perspective of tourism. Images issued by tour operators and tourists' perceptions. *Fifth International Polar Tourism Research Network (IPTRN)*. Akureyri: Universidad de Akureyri.
- Vereda, M.; Cárdenas, S.; Jensen, M.; Galdames, M. y Rubio, R. (2016). Los recursos humanos locales como personal de expedición en el mercado de cruceros antárticos. *Revista PASOS*, Vol. 14 (4): 797-810.
- Walmsley, D. J. y Jenkins, J. M. (1992). Tourism cognitive mapping of unfamiliar environments. *Annals of Tourism Research*, Vol. 19: 268-286.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, Vol. 26 (2): 349-370.
- Wearing, Stephen y Neil, John (1999) *Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Werlen, B. (1993). *Society, action and place. An alternative human geography*. Nueva York: Routledge.
- Williams, S. y Lew, A. A. (2015). *Tourism geography. Critical understandings of place, space and experience*. Nueva York: Routledge.
- Wood, R. (2000). Turismo de cruceros en el Caribe. La globalización en el mar. *Annals of Tourism Research en español*, Vol. 2, N. 1: 99-128.
- Yüksel, A. y Akgül, O. (2007). Postcards as effective image makers: an idle agent in destination marketing. *Tourism Management*, 28: 714-725.
- Zamorano, G. (2008). *Structures et dynamiques spatiales en Argentine: le cas de la*

province de Mendoza (Tesis doctoral) Nouveau Régime, Lille, Université Charles de Gaulle.

Zusman, P. (2009). El paisaje: la razón y la emoción. En: Bertonecello, R. (Comp.), *Turismo y Geografía*, pp 199-216.

Otras fuentes

Folletos:

Abercrombie & Kent (s/f). *Antarctica* (45 págs.). Folleto impreso.

Aurora Expeditions (s/f). *Antarctica 2013-14* (34 págs.). Recuperado de www.auroraexpeditions.com.au

Compagnie du Ponant (s/f). *Antarctica collection, winter cruises 2013/2014* (51 págs.). Recuperado de www.ponant.com.

Hapag-Lloyd Expedition Cruises (s/f). *MS Hanseatic-Ms Bremen. Your personal expedition* (71 págs.). Folleto impreso.

Hurtigruten (s/f). *2013/2014 Explorer voyages Greenland, Spitsbergen, Antarctica, Europe* (84 págs.). Recuperado de www.hurtigruten.com.

Lindblad Expeditions and National Geographic (s/f). *Antarctica. Experience a vast geography in an up-close personal way* (37 págs.). Recuperado de www.expeditions.com.

Polar Latitudes (s/f). *Antarctica* (20 págs.). Recuperado de www.polar-latitudes.com.

Quark Expeditions (2012). *Arctic and Antarctic voyages* (66 págs.). Folleto impreso.

Travel Dynamics International (s/f). *Antarctica, December 2013 - January 2014* (10 págs.). Recuperado de www.TravelDynamics.com.

Normativa:

Ley Nacional N° 23.775: Provincialización del actual Territorio Nacional de la Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, B. O. 11/12/2009. Argentina.

Ley Nacional N° 26.552: Modificación de la Ley N° 23.775, B. O. 11/12/2009. Argentina.

Sitios Web:

IAATO: www.iaato.org

Instituto Geográfico Nacional: www.ign.gob.ar

Instituto Nacional de Estadística y Censos. Censo Nacional de población, hogares y viviendas 2010. Recuperado de www.indec.gov.ar.

Organización Hidrográfica Internacional:

https://www.iho.int/srv1/index.php?option=com_content&view=article&id=296&Itemid=287&lang=en

Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/es>

Quantarctica: www.quantarctica.org

SCAR, Composite Gazetteer of Antarctica: <https://data.aad.gov.au/aadc/gaz/scar/>













Secretaría del Tratado Antártico: www.ats.aq







Servicio de Hidrografía Naval: www.hidro.gov.ar



ANEXOS





ANEXO A1: REGULACIONES DEL SISTEMA DEL TRATADO ANTÁRTICO PARA EL TURISMO

A continuación, se presentan las Medidas, Decisiones y Resoluciones específicas que regulan la actividad turística en la Antártida.

RCTA / CPA	Año	No.	Tema	Vig.
RCTA IV Santiago	1966	27	Regulación del Turismo en la Antártida	
RCTA VI Tokio	1970	7	Regulación del turismo Antártico	
RCTA VI Tokio	1970	11	Protección especial para las islas nuevas	
RCTA VII Wellington	1972	4	Efectos de la actividad turística	
RCTA VIII Oslo	1975	9	Declaración de las prácticas aceptadas	
RCTA X Washington	1979	8	Regulación para el turismo	
RCTA XI Buenos Aires	1981	3	Monte Erebus declarado como tumba	
RCTA XIII Bruselas	1985	3	Organigrama para el Intercambio de información	
RCTA XVI Bonn	1991	13	Reunión intersesional sobre turismo	
RCTA XVIII Kioto	1994	1	Lineamientos para el turismo	
RCTA XIX Seoul	1995	R3	Informe sobre turismo	
RCTA XX Utrecht	1996	R2	Actividades educacionales y culturales	
RCTA XXI Christchurch	1997	R3	Formulario para informe sobre el turismo	

RCTA / CPA	Año	No.	Tema	Vig.
RCTA XXVI - CPA VI Madrid	2003	D5	Reunión de expertos sobre turismo	
RCTA XXVII - CPA VII Ciudad del Cabo	2004	M4	Turismo y actividades no gubernamentales	
RCTA XXVII - CPA VII Ciudad del Cabo	2004	R3	Turismo y actividades no gubernamentales	
RCTA XXVII - CPA VII Ciudad del Cabo	2004	R4	Lineamientos para el turismo	
RCTA XXVIII - CPA VIII Estocolmo	2005	R5	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXVIII - CPA VIII Estocolmo	2005	R6	Formulario para informe posterior a visitas	
RCTA XXIX - CPA IX Edimburgo	2006	R2	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXX - CPA X Nueva Delhi	2007	R1	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXX - CPA X Nueva Delhi	2007	R4	Turismo marítimo	
RCTA XXX - CPA X Nueva Delhi	2007	R5	Efectos a largo plazo del turismo	
RCTA XXXI - CPA X Kiev	2008	R2	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXXI - CPA X Kiev	2008	R6	Mejora del papel de los centros de coordinación de salvamento marítimo	

RCTA / CPA	Año	No.	Tema	Vig.
RCTA XXXII - CPA XII Baltimore	2009	M15	El desembarco de personas de buques de pasajeros en el Área del Tratado Antártico	
RCTA XXXII - CPA XII Baltimore	2009	D7	Reunión de Expertos sobre la gestión del turismo marítimo en el Área del Tratado Antártico	
RCTA XXXII - CPA XII Baltimore	2009	R4	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXXII - CPA XII Baltimore	2009	R7	Principios generales del turismo antártico	
RCTA XXXIII - CPA XIII Punta del Este	2010	R1	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXXIII - CPA XIII Punta del Este	2010	R6	Mejora de la coordinación de las operaciones de búsqueda y salvamento marítimo en el Área del Tratado Antártico	
RCTA XXXIV - CPA XIV Buenos Aires	2011	R3	Directrices generales para visitantes a la Antártida	
RCTA XXXIV - CPA XIV Buenos Aires	2011	R4	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXXV - CPA XV Hobart	2012	R4	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXXV - CPA XV Hobart	2012	R5	Directrices para sitios para visitantes a la Isla Barrientos (islas Aitcho)	
RCTA XXXV - CPA XV Hobart	2012	R9	Evaluación de Actividades en Tierra en la Antártida	
RCTA XXXV - CPA XV Hobart	2012	R10	Directrices para yates	
RCTA XXXVI - CPA XVI Bruselas	2013	D6	Intercambio de Información sobre Turismo y Actividades No Gubernamentales	

RCTA / CPA	Año	No.	Tema	Vig.
RCTA XXXVI - CPA XVI Bruselas	2013	R3	Directrices de Sitios para visitantes	
RCTA XXXVII - CPA XVII Brasilia	2014	R4	Directrices para sitios que reciben visitantes	
RCTA XXXVII - CPA XVII Brasilia	2014	R6	Hacia el desarrollo de una evaluación de las actividades turísticas y no gubernamentales en función del riesgo	
RCTA XXXVII - CPA XVII Brasilia	2014	R7	Entrada en vigor de la Medida 4 (2004)	
RCTA XXXIX - CPA XIX Santiago	2016	R2	Directrices para Sitios que reciben visitas	
RCTA XL - CPA XX Pekín	2017	R6	Directrices sobre Planes de Contingencia, Seguros y otros asuntos relacionados con el Turismo y otras Actividades no Gubernamentales en la Zona del Tratado Antártico	

Nota: La tilde indica si la regulación se encuentra vigente o no.

Fuente: www.ats.aq

ANEXO II: NOMBRES GEOGRÁFICOS DE LA PENÍNSULA ANTÁRTICA

Como ya se señaló en el Capítulo 4, para la identificación de los sitios que reciben visitantes, se trabajó con el nombre geográfico asignado por Argentina, a través de la División Toponimia del Servicio de Hidrografía Naval¹.

Nombre Geográfico Argentino	Nombre Geográfico Británico	Coordenadas Geográficas
25 de Mayo, isla	King George Island	62°00'S, 058°30'W
Aitcho, islotes	Aitcho Islands	62°24'S, 059°47'W
Alcock, isla	Alcock Island	64°14'S, 061°08'W
Ansar, islotes	Gosling Islands	60°39'S, 045°55'W
Arago, glaciar	Arago Glacier	64°51'S, 062°23'W
Ardley, península	Ardley Island	62°13'S, 058°56'W
Argentina, Islas	Argentine Islands (Wordie Hut)	65°15'S, 064°16'W
Astrolabe, isla	Astrolabe Island	63°17'S, 058°40'W
Avellaneda, islas	Pitt Islands	65°26'S, 065°30'W
Azopardo, estrecho	Herbert Sound	63°56'S, 057°40'W
Balleneros, caleta	Whalers Bay	62°59'S, 060°34'W
Barcroft, islas	Barcroft Islands	66°27'S, 067°10'W
Bardas Coloradas, monte	Brown Bluff	63°32'S, 056°55'W
Bennett, islas	Bennett Islands	66°56'S, 067°40'W
Berthelot, islotes	Berthelot Islands	65°20'S, 064°09'W
Blaiklock, isla	Blaiklock Island	67°33'S, 067°04'W
Bongrain, punta	Bongrain Point	67°43'S, 067°48'W
Booth, isla	Booth Island	65°05'S, 064°00'W
Campamento Punta	Camp Point	67°58'S, 067°19'W
Cerro Nevado, isla	Snow Hill Island	64°28'S, 057°12'W
Charcot, puerto	Charcot Port	65°04'S, 064°00'W

¹ Para la construcción de la información que presentamos aquí hemos tomado las equivalencias toponímicas de los sitios de visita presentes en los planes de viaje (en idioma inglés) del Nomenclador Antártico Argentino del Servicio de Hidrografía Naval (Morandi, 1993) y del "Composite Gazetteer of Antarctica" (SCAR, 1992 actualizado a 2017).

Nombre Geográfico Argentino	Nombre Geográfico Británico	Coordenadas Geográficas
Cierva, caleta	Cierva Cove	64°09'S, 060°53'W
Correa, pasaje	Graham Passage	64°24'S, 061°30'W
Cuerville, isla	Cuerville Island	64°41'S, 062°38'W
Dallmann, bahía	Dallmann Bay	64°10'S, 063°00'W
De Rongé, isla	Rongé Island	64°43'S, 062°41'W
Dedo, isla	Danco Island	64°44'S, 062°37'W
Demaria, monte	Demaria Mount	65°19'S, 064°05'W
Detaille, isla	Detaille Island	66°52'S, 066°48'W
Diablo, isla del	Devil Island	63°48'S, 057°17'W
Dorian, bahía	Dorian Bay	64°49'S, 063°31'W
Dubouzet, cabo	Dubouzet Cape	63°16'S, 057°03'W
Dundas, cabo	Dundas Cape	60°44'S, 044°24'W
Duthiers, cabo	Duthiers Point	64°48'S, 062°49'W
Duthoit, punta	Duthoit Point	62°19'S, 058°50'W
Edimburgo, cerro	Edinburgh Hill	62°33'S, 060°00'W
Elefante, isla	Elephant Island	61°10'S, 055°10'W
Errera, canal	Errera Channel	64°43'S, 062°36'W
Esperanza, bahía	Hope Bay	63°23'S, 057°02'W
Evensen, cabo	Evensen, Cape	66°09'S, 065°44'W
Fildes, península	Fildes Peninsula	62°12'S, 058°58'W
Peces, islotes	Fish Islands	66°02'S, 065°25'W
Foyn, puerto	Foyn Harbour	64°32'S, 061°58'W
Gage, cabo	Gage Cape	64°10'S, 057°05'W
Garganta, canal	The Gullet	67°11'S, 067°40'W
Gastón, isla	Gaston Islands	64°28'S, 061°50'W
Georges, cabo	Georges Point	64°40'S, 062°40'W
Gibbs, isla	Gibbs Island	61°28'S, 055°34'W
Girard, bahía	Girard Bay	65°08'S, 064°00'W
Goudier, islote	Goudier Island	64°50'S, 063°30'W
Gourdin, islotes	Gourdin Island	63°12'S, 057°18'W

Nombre Geográfico Argentino	Nombre Geográfico Británico	Coordenadas Geográficas
Guardia Nacional, bahía	Maxwell Bay	62°15'S, 058°50'W
Guillermina, bahía	Wilhelmina Bay	64°39'S, 062°10'W
Haddon, bahía	Haddon Bay	63°18'S, 055°44'W
Hannah, punta	Hannah Point	62°39'S, 060°37'W
Hanusse, bahía	Hanusse Bay	66°57'S, 067°30'W
Heroína, islote	Heroína Island	63°24'S, 054°36'W
Herradura, isla	Horseshoe Island	67°51'S, 067°12'W
Heywood, islotes	Heywood Island	62°20'S, 059°41'W
Hovgaard, isla	Hovgaard Island	65°08'S, 064°08'W
Hydrurga, rocas	Hydrurga Rocks	64°08'S, 061°37'W
Intersección, isla	Intercurrence Island	63°55'S, 061°24'W
Joinville, isla	Joinville Island	63°15'S, 055°50'W
Jonassen, rocas	Jonassen Island	63°33'S, 056°40'W
Kinnes, cabo	Kinnes, Cape	63°22'S, 056°33'W
Kjellman, cabo	Kjellman, Cape	63°44'S, 059°24'W
Lagarrigue, punta	Lagarrigue Cove	64°39'S, 062°34'W
Lasserre, bahía	Admiralty Bay	62°10'S, 058°20'W
Leith, caleta	Leith Cove	64°52'S, 062°48'W
Livingston, isla	Livingston Island	62°36'S, 060°30'W
Lockroy, puerto	Lockroy Port	64°49'S, 063°30'W
Madder, cabo	Madder Cliffs	63°18'S, 056°29'W
Marambio, isla	Seymour Island	64°18'S, 056°50'W
Martín, punta	Martin Point	60°47'S, 044°41'W
Media Luna, isla	Half Moon Island	62°36'S, 059°55'W
Melchior, archipiélago	Melchior Islands	64°19'S, 062°57'W
Melville, cabo	Melville Cape	62°02'S, 057°37'W
Metchnikoff, punta	Metchnikoff Point	64°03'S, 062°34'W
Mikkelsen, puerto	Mikkelsen Harbour	63°52'S, 060°44'W
Murray, isla	Murray Island	64°22'S, 061°34'W
Negro, nunatak	Spigot Peak	64°38'S, 062°34'W

Nombre Geográfico Argentino	Nombre Geográfico Británico	Coordenadas Geográficas
Neko, puerto	Neko Harbour	64°50'S, 062°33'W
Orcadas del Sur, islas	South Orkney Islands	60°35'S, 045°30'W
Palaver, punta	Palaver Point	64°09'S, 061°45'W
Paraíso, puerto	Paradise Harbour	64°53'S, 062°49'W
Paulet, isla	Paulet Island	63°35'S, 055°47'W
Peligro, islotes	Danger Islands	63°25'S, 054°40'W
Péndulo, caleta	Pendulum Cove	62°56'S, 060°36'W
Pequeña, isla	Small Island	64°00'S, 061°27'W
Petermann, isla	Petermann Island	65°10'S, 064°10'W
Pingüino, punta	Penguin Point	64°19'S, 056°43'W
Pitt, punta	Pitt Point	63°51'S, 058°22'W
Portal, point	Portal Point	64°30'S, 061°46'W
Primavera, cabo	Spring Point	64°18'S, 061°03'W
Prospección, punta	Prospect Point	66°01'S, 065°21'W
Rancho, punta	Baily Head	62°58'S, 060°30'W
Remolino, islote	Vortex Island	63°44'S, 057°38'W
Robert, punta	Robert Point	62°28'S, 059°23'W
Rosamel, isla	Rosamel Island	63°34'S, 056°17'W
Shetland del Sur, islas	South Shetland Islands	62°00'S, 058°00'W
Signy, isla	Signy Island	60°43'S, 045°38'W
Skontorp, caleta	Skontorp Cove	64°54'S, 062°52'W
Stonington, isla	Stonington Island	68°11'S, 067°00'W
Suspiros, bahía	Kinnes Cove	63°19'S, 056°28'W
Sven Foyn, puerto	Gouvernøren Harbour	64°32'S, 062°00'W
Telefon, bahía	Telefon Bay	62°56'S, 060°40'W
Turret, punta	Turret Point	62°05'S, 057°55'W
Tuxen, cabo	Tuxen, Cape	65°16'S, 064°08'W
Útil, isla	Useful Island	64°43'S, 062°52'W
Valentín, cabo	Valentine Cape	61°06'S, 054°39'W
Vega, isla	Vega Island	63°50'S, 057°22'W

Nombre Geográfico Argentino	Nombre Geográfico Británico	Coordenadas Geográficas
Visión, punta	View Point	63°33'S, 057°22'W
Waddington, bahía	Waddington Bay	65°16'S, 064°05'W
Walker, bahía	Walker Bay	62°38'S, 060°41'W
Wauwermans, islas	Wauwermans Islands	64°55'S, 063°53'W
Wild, cabo	Wild, Point	61°06'S, 054°52'W
Yalour, islotes	Yalour Islands	65°14'S, 064°10'W
Yankee, puerto	Yankee Harbor	62°32'S, 059°47'W

ANEXO A3: LISTADO DE ACRÓNIMOS

ASOC	Antarctic and Southern Ocean Coalition (Coalición del Océano Antártico y Austral)
CARI	Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales
CCFA	Convención para la Conservación de las Focas Antárticas
CRAMRA	Convención para la Reglamentación de las Actividades sobre Recursos Minerales Antárticos
CCRVMA	Convención para la Conservación de los Recursos Vivos Marinos Antárticos
COMNAP	Council of Managers of National Antarctic Programs (Consejo de Administradores de Programas Antárticos Nacionales)
CPA	Comité para la Protección del Medio Ambiente
DNA	Dirección Nacional del Antártico
DNPEA	Dirección Nacional de Política Exterior Antártica
EIA	Evaluación de Impacto Ambiental
GPS	Global positioning system (Sistema de posicionamiento global)
IAATO	International Association of Antarctic Tour Operators (Asociación Internacional de Tour Operadores Antárticos)
IGN	Instituto Geográfico Nacional
IN.FUE.TUR	Instituto Fuegoino de Turismo
IPTRN	International Polar Tourism Research Network (Red Internacional de Investigación en Turismo Polar)
MARPOL	Convenio internacional para prevenir la contaminación por los buques
OHI	Organización Hidrográfica Internacional
OMI	Organización Marítima Internacional
OMT	Organización Mundial del Turismo
PANC	Patrulla Antártica Naval Combinada
PNTDF	Parque Nacional Tierra del Fuego
RCTA	Reunión Consultiva del Tratado Antártico
SAR	Search and rescue (Búsqueda y rescate)
SCAR	Scientific Committee on Antarctic Research (Comité Científico de Investigación Antártica)
SHN	Servicio de Hidrografía Naval
SOLAS	Safety of Life at Sea (Convenio Internacional para la Seguridad de la Vida Humana en el Mar)
STA	Sistema del Tratado Antártico
UNPSJB	Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco
UNS	Universidad Nacional del Sur
UNTDF	Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
ZAEA	Zona Antártica Especialmente Administrada
ZAEP	Zona Antártica Especialmente Protegida

ANEXO A4

Instrumentos diseñados para la recolección de datos

A4.a Formulario de encuesta en idioma español

A4.b Formulario de encuesta en idioma inglés

A4.c Cuestionario estructurado para entrevistas a miembros del *staff* en idioma español

A4.d Cuestionario estructurado para entrevistas a miembros del *staff* en idioma inglés

A4.e Cuestionario semi-estructurado para entrevistas a capitanes

Estimado visitante antártico,

Esta encuesta es parte del trabajo de campo de mi tesis doctoral. Agradezco mucho su consideración para contestarla.

Marisol Vereda

Universidad Nacional de la Patagonia SJB, Sede Ushuaia

Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca

Fecha: _____ Barco: _____

Nacionalidad: _____ Edad: 16-24 25-44 45-64 +65

Estudios: Sin estudios Primarios Secundarios Universitarios - Sexo: M F

Ocupación: Empleado Desempleado Estudiante Jubilado Ama de casa

Estado civil: Soltero /Viviendo en pareja Separado/Divorciado Viudo

Ingreso familiar mensual: U\$S 0-1.700 (~1.200€) U\$S 1.701-3.456 (~1.201-2.400€) U\$S 3.457- and more (~+2401€)

ANTES DEL VIAJE

1) ¿Qué imágenes le venían a la mente cuando pensaba en la Antártida como lugar de visita?

2) Por favor tilde los ítems que influenciaron su decisión de hacer el viaje a la Antártida:

Recomendación de otros Haber leído narrativas de exploradores tempranos Haber visto documentales
 Interés en aprender Lecturas generales sobre la Antártida Por los paisajes Catálogos de viaje
 Sentimiento de exploración Interés por temas ambientales Interés en la vida natural

Otro/s (especificar) _____

3) ¿Cuáles eran sus expectativas respecto del viaje a la Antártida?

4) ¿Qué le hizo decidir su viaje a la Antártida?

DURANTE EL VIAJE

5) En el cuadro siguiente se va a encontrar con afirmaciones sobre su experiencia en la Antártida (durante el viaje). Indique su nivel de acuerdo o de desacuerdo con las mismas, asignando valores entre 1 y 5, donde:
 1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = neutral, 4 = de acuerdo, 5 = totalmente de acuerdo.

		1	2	3	4	5
A	Me sentí totalmente inmerso en la naturaleza prístina y salvaje					
B	Nunca me preocupé por qué hora era					
C	Realmente entendí las dificultades de los primeros exploradores en semejante lugar extremo					
D	Sentí la sensación de un tiempo anterior y más dramático en la historia					
E	Sentí una sensación especial de lo remoto, lejos de ciudades y gente					
F	Experimenté la simplicidad de la vida					
G	Sentí los latidos de la Tierra					
H	Sentí un temor reverencial en relación con la creación de la naturaleza					
I	Me sentí humilde ante la naturaleza que me rodeaba					
J	Hacer navegado bien al sur me hizo sentir en el fin del mundo					
K	Sentí la tranquilidad y la paz de la Antártida					
L	El ambiente estaba libre del ruido generado por el hombre					
LL	Tomé conciencia sobre la necesidad de cuidar los ambientes frágiles					
M	Este viaje resultó una experiencia enriquecedora de vida, opuesto a unas vacaciones comunes					

DESPUÉS DEL VIAJE

6) Escriba palabras clave que puedan sintetizar los sentimientos despertados por los siguientes componentes de la escena antártica:

Paisaje _____ Glaciares _____ Témpanos _____

Pingüinos _____ Albatros _____ Petreles _____

Ballenas _____ Orcas _____ Focas _____

Cabañas/evidencias de exploradores _____ Bases científicas _____

Otro/s (favor especificar) _____

7) ¿Cómo podría medir el cumplimiento de sus expectativas? Tilde una de las siguientes opciones:

Mucho más de lo esperado Algo más de lo esperado Lo esperado
 Algo menos de lo esperado Mucho menos de lo esperado

8) Si sus expectativas se cumplieron, por favor indicar cómo. Si no se cumplieron o resultaron de algún modo menos de lo esperado, señalar por qué:

9) Identifique el lugar que más disfrutó. Por favor indique por qué.

Continúa →

SU OPINIÓN SOBRE USHUAIA COMO PUERTA DE ENTRADA A LA ANTÁRTIDA

10) ¿Cuánto tiempo permanece/ha permanecido en Ushuaia?
 Sólo por el día 1 noche 2 noches 3 noches Otro

11) ¿Ha realizado alguna excursión durante su estadía en Ushuaia? Sí No

12) Si su respuesta ha sido afirmativa, por favor indique las excursiones que ha realizado:

Parque Nacional medio día Parque Nacional día completo Parque Nacional en tren Trekking
 Estancia Harberton Canal Beagle Visita ciudad Museos Lago Escondido
 Otro/s _____

13) ¿Cómo la/las ha disfrutado?
 Muchísimo Mucho Ni mucho ni poco Poco Muy poco

14) ¿Le gustaría permanecer más tiempo en Ushuaia para visitar Tierra del Fuego? Sí No

15) Si su respuesta ha sido afirmativa, tilde hasta tres preferencias para realizar de la siguiente lista:

Visitar áreas protegidas Navegar el Canal Beagle Trekking Senderismo
 Experimentar la vida rural Observación de aves Acampar en la naturaleza Fishing
 Visitar la ciudad y los museos Compartir actividades con pobladores Actividades de aventura
 Tomar excursiones tematizadas sobre Tierra del Fuego en relación con la Antártida
 Otro/s (especificar) _____

16) En el siguiente cuadro se mencionan distintas afirmaciones sobre Ushuaia en su rol de puerta de entrada a la Antártida. Por favor comente su grado de acuerdo con las afirmaciones propuestas, asignando valores entre 1 y 5, donde:

1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = neutral, 4 = de acuerdo, 5 = totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5
a. Ushuaia es la puerta de entrada más conveniente a la Antártida					
b. Ushuaia, como puerta de entrada, debe contribuir a concientizar sobre e significado de la Antártida para el Planeta					
c. Ushuaia debe ser un punto estratégico para promover la educación sobre los valores antárticos a los visitantes antárticos, otros visitantes y la población local					
d. Una visita a Ushuaia/Tierra del Fuego combina perfectamente bien con el viaje antártico					
e. Si bien la Antártida es mi meta como destino de visita, considero que Ushuaia/Tierra del Fuego ofrece posibilidades interesantes para complementar esta experiencia de viaje					
f. Me encontré con gente muy conocedora sobre la Antártida en Ushuaia quienes me dieron información apropiada					
g. Encontré material muy interesante (mapas, libros) sobre la Antártida en Ushuaia					
h. Me gustaría visitar un centro antártico de visitantes si hubiera uno en Ushuaia					
i. Al encontrarme en Ushuaia, me sentí más cerca de la Antártida por el entorno polar que percibí					
j. El entorno natural de Tierra del Fuego es impactante y sobrecogedor					
k. Los servicios que ofrece Ushuaia son apropiados para un visitante antártico					
l. El centro de la ciudad resulta invitante para ser visitado por su limpieza y prolijidad					
ll Estoy muy interesado en conocer los vínculos naturales y culturales que unen la Antártida con Tierra del Fuego					

Cualquier comentario que desee realizar será bienvenido:

Muchas gracias por su gran cooperación

A completar por el encuestador

Lugar:

Nombre:

Dear Antarctic visitor,
This survey is part of the field work for my PhD thesis. Thank you very much for your help.

Marisol Vereda
Universidad Nacional de la Patagonia SJB, Sede Ushuaia
Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca

Date: _____ Ship: _____
Nationality: _____ Age: 16-24 25-44 45-64 +65
Studies: Without Studies Primary Secondary College/University - Sex: Male Female
Occupation: Employed Unemployed Self-employed Retired Housewife Student
Marital Status: Single Married Separated Divorced Living in pair Widow(er)
Monthly income: U\$S 0-1.700 (~1.200€) U\$S 1.701-3.456 (~1.201-2.400€) U\$S 3.457- and more (~+2401€)

BEFORE THE VOYAGE

1) What images came to your mind when you thought of Antarctica as a place to visit?

2) Please tick the items that influenced your decision to take an Antarctic trip:

Others' recommendation Having read early explorers' log books Having watched documentary films
Interest in learning Interest in environmental issues General reading about Antarctica
Exploration feeling Interest in natural life Landscapes Travel catalogues

Any other (specify) _____

3) What were your expectations towards your Antarctic trip?

4) What made you decide to take a trip to Antarctica?

DURING THE VOYAGE

5) Indicate the extent to which you agree or disagree with the different statements shown in the chart below about your experience in Antarctica (**during the voyage**):
1= strongly disagree, 2= disagree, 3= neutral, 4= agree, 5= strongly disagree

A	I felt totally immersed in pristine and untamed nature	1	2	3	4	5
B	I never cared about what time it was					
C	I really understood the hardships of early explorers in such an extreme place					
D	I felt a sense of an earlier and rugged time in history					
E	I felt a special sense of remoteness far from people and cities					
F	I experienced the simplicity of life					
G	I felt the heartbeat of Earth					
H	I was in awe of nature's creation					
I	I felt humbled by all nature around me					
J	Having reached so far South made me feel at the world's end					
K	I felt the tranquillity and peacefulness of Antarctica					
L	The environment was free of human-made noise					
M	I became aware of the need to take care of fragile environments					
N	This voyage turned out to be a life enriching experience, opposed to merely a holiday					

AFTER THE VOYAGE

6) Write key words that summarize the feelings arisen by the following components of the Antarctic landscape:

Scenery _____ Glaciers _____ Icebergs _____

Penguins _____ Albatrosses _____ Whales _____

Orcas _____ Historical sites (early explorers) _____

Research stations _____ Any other (please specify) _____

7) How were your expectations fulfilled? Tick one option below:

Much more than expected More than I expected About what I expected
Less than I expected Much less than I expected

8) Indicate why your expectations were fulfilled / were not fulfilled:

9) Identify the place you enjoyed the most. Please indicate why.

Continues →

YOUR OPINION ABOUT USHUAIA AS A GATEWAY CITY TO ANTARCTICA

10) How long have you stayed / are you staying in Ushuaia?

Just for the day 1 night 2 nights 3 nights other

11) Have you gone on a tour while being in Ushuaia? Yes No

12) If yes, indicate which one/s:

Half day National Park Full day National Park National Park by train Trekking
 Harberton Ranch Beagle Channel City tour Museums Lake
 Escondido
 Other/s _____

13) How did you enjoy it/them?

Very much Much Neutral Little Very little

14) Would you like to stay longer in Ushuaia to visit Tierra del Fuego? Yes No

15) If yes, tick up to three items you'd prefer from the list below:

Visit protected areas Navigate the Beagle Channel Trekking Hiking
 Experience rural life Birdwatching Camping in the wild Fishing
 Visit the city and museums Share activities with local people Adventure activities
 Take thematic tours about Tierra del Fuego in connection to Antarctica
 Any other, please specify _____

16) The chart below shows different statements about Ushuaia and its role as a gateway to Antarctica. Please indicate the extent to which you agree or disagree, giving values from 1 to 5, where:

1 = strongly disagree, 2 = disagree, 3 = neutral, 4 = agree, 5 = strongly agree

a. Ushuaia is the most convenient gateway city to Antarctica	1	2	3	4	5
b. Ushuaia, as a gateway city, should contribute to raise awareness about the significance of Antarctica for the Planet	1	2	3	4	5
c. Ushuaia should be a strategic place to promote education towards Antarctic values for Antarctic visitors, other visitors and local people	1	2	3	4	5
d. A visit to Ushuaia/Tierra del Fuego fits in the Antarctic voyage perfectly	1	2	3	4	5
e. Even though Antarctica is my goal as a destination, I found Ushuaia/Tierra del Fuego offers interesting possibilities to complement this travelling experience	1	2	3	4	5
f. In Ushuaia I came across very knowledgeable people about Antarctica who gave me appropriate information	1	2	3	4	5
g. I found very interesting material about Antarctica (maps, books) in Ushuaia	1	2	3	4	5
h. I'd be very pleased visiting an Antarctic visitors' centre if there were one in Ushuaia	1	2	3	4	5
i. When in Ushuaia I feel closer to Antarctica because of the Antarctic atmosphere that can be easily perceived	1	2	3	4	5
j. The natural setting in Tierra del Fuego is really overwhelming	1	2	3	4	5
k. Services in Ushuaia are appropriate to an Antarctic passenger	1	2	3	4	5
l. The city centre looks very attractive to be visited because of its tidiness and cleanliness	1	2	3	4	5
ll. I am quite interested in getting acquainted with the natural and historical links between Antarctica and Tierra del Fuego	1	2	3	4	5

17. Any further comments will be most welcome:

Thank you very much for your great cooperation

To be filled by the pollster

Place:

Pollster's name:

Estimado miembro del *staff*.

Esta encuesta es parte de mi trabajo de campo para la tesis doctoral. Muchas gracias por su cooperación.

Marisol Vereda
Universidad Nacional de la Patagonia SJB, Sede Ushuaia
Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca

Fecha: _____ Buque: _____ Operadora turística: _____

Posición: _____ Empleado por la compañía Free lance

Nacionalidad: _____ Edad: 16-24 25-44 45-64 +65

Años de trabajo en Antártida: _____ Áreas de trabajo: Antártida Ártico Otros: _____

ANTÁRTIDA

- 1) Evalúe los siguientes componentes presentes en el viaje antártico en función de cómo percibe el nivel de influencia que tienen en la construcción de una imagen en los pasajeros. Use la escala de 1 to 5, donde: 1 = fuertemente negativo, 2 = negativo, 3 = neutral, 4 = positivo, 5 = fuertemente positivo

A	Escena antártica	1	2	3	4	5
B	Glaciares	1	2	3	4	5
C	Montañas	1	2	3	4	5
D	Témpanos	1	2	3	4	5
E	Pingüinos	1	2	3	4	5
F	Albatros	1	2	3	4	5
G	Petrelas	1	2	3	4	5
H	Ballenas	1	2	3	4	5
I	Orcas	1	2	3	4	5
J	Lobos y focas	1	2	3	4	5
K	Sitios históricos	1	2	3	4	5
L	Estaciones científicas	1	2	3	4	5
M	Conferencias	1	2	3	4	5
N	Servicios a bordo	1	2	3	4	5
Ñ	Condiciones meteorológicas adversas	1	2	3	4	5
Otro		1	2	3	4	5
Otro		1	2	3	4	5
Otro		1	2	3	4	5

- 2) Identifique el lugar/los lugares que usted considera los pasajeros disfrutaban más. Señale por qué:

SU OPINIÓN SOBRE USHUAIA COMO PUERTA DE ENTRADA A LA ANTÁRTIDA

- 3) La tabla que presentamos debajo muestra diferentes afirmaciones sobre Ushuaia en su rol de puerta de entrada a la Antártida. Indique su grado de acuerdo en función de la escala de 1 a 5 puntos, donde:

1 = fuertemente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = neutral, 4 = de acuerdo, 5 = fuertemente de acuerdo

A	Ushuaia es la puerta de entrada más conveniente a la Antártida	1	2	3	4	5
B	Una visita a Ushuaia/Tierra del Fuego combina perfectamente con el viaje antártico	1	2	3	4	5
C	La ubicación del puerto y del aeropuerto ofrecen una conexión excelente que beneficia las operaciones con pasajeros ^{1,418}	1	2	3	4	5
D	Los servicios aéreos provistos por compañías de vuelos domésticos son siempre confiables (BUE/USH/BUE)	1	2	3	4	5
E	Los servicios portuarios se corresponden con las necesidades de los buques antárticos	1	2	3	4	5
F	La infraestructura portuaria es adecuada para las operaciones de los buques antárticos	1	2	3	4	5
G	Los servicios y el <i>know-how</i> de las agencias marítimas se corresponden con las necesidades y requerimientos de los buques antárticos	1	2	3	4	5
H	Los servicios provistos por las agencias de viaje son apropiados para el pasajero antártico	1	2	3	4	5
I	Las excursiones ofrecidas al segmento de visitantes antárticos valen la pena	1	2	3	4	5
J	Las excursiones que ofrecen los operadores turísticos antárticos son contratadas solamente para ocupar el tiempo de los pasajeros entre el vuelo y el embarque en el buque y viceversa	1	2	3	4	5
K	Tours temáticos, especializados que muestren las conexiones entre Antártida y Tierra del Fuego podrían ser un <i>bonus</i> extra al viaje antártico	1	2	3	4	5
L	Los guías de turismo están muy bien calificados y brindan información pertinente sobre Tierra del Fuego y Antártida en las excursiones	1	2	3	4	5

- 4) Señale de qué manera usted considera que los servicios y/o infraestructuras provistas en Ushuaia para buques de turismo antártico podrían mejorarse:

- 5) Indique qué servicios, inexistentes al momento, deberían ser provistos para buques de turismo antártico en Ushuaia:

Cualquier comentario adicional es muy bienvenido:

¡Muchas gracias por su cooperación!

Dear staff member,

This survey is part of the field work for my PhD thesis. Thank you very much for your help.

Marisol Vereda
Universidad Nacional de la Patagonia SJB, Sede Ushuaia
Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca

Date: _____ Ship: _____ Tour operador: _____

Position: _____ Employed by the company Free lance

Nationality: _____ Age: 16-24 25-44 45-64 +65

Years working in Antarctica: _____ Areas of work: Antarctica Arctic Other: _____

ABOUT ANTARCTICA

- 1) Rank the following components of the Antarctic voyage, according to your perception of the level of influence they have in passengers' construct of a positive image as regards the Antarctic experience. Use a scale from 1 to 5, where:

1 = strongly negative, 2 = negative, 3 = neutral, 4 = positive, 5 = strongly positive

A	Scenery	1	2	3	4	5
B	Glaciers	1	2	3	4	5
C	Mountains	1	2	3	4	5
D	Icebergs	1	2	3	4	5
E	Penguins	1	2	3	4	5
F	Albatrosses	1	2	3	4	5
G	Petrels	1	2	3	4	5
H	Whales	1	2	3	4	5
I	Orcas	1	2	3	4	5
J	Seals	1	2	3	4	5
K	Historical sites (early explorers' huts / evidences)	1	2	3	4	5
L	Research stations	1	2	3	4	5
M	Lectures	1	2	3	4	5
N	Services on board	1	2	3	4	5
Ñ	Harsh weather conditions	1	2	3	4	5
Other		1	2	3	4	5
Other		1	2	3	4	5
Other		1	2	3	4	5

- 2) Identify the place/s you believe passengers enjoy the most. Point out why:

YOUR OPINION ABOUT USHUAIA AS A GATEWAY CITY TO ANTARCTICA

- 3) The box below shows different statements about Ushuaia and its role as a gateway to Antarctica. Please indicate the extent to which you agree or disagree, giving values from 1 to 5, where:

1 = strongly disagree, 2 = disagree, 3 = neutral, 4 = agree, 5 = strongly agree

A	Ushuaia is the most convenient gateway city to Antarctica	1	2	3	4	5
B	A visit to Ushuaia/Tierra del Fuego fits in the Antarctic voyage perfectly	1	2	3	4	5
C	The location of the port and the airport Ushuaia offers an excellent connection that benefits operations with passengers	1	2	3	4	5
D	The services provided by domestic airline companies are always reliable (BUE/USH/BUE)	1	2	3	4	5
E	In Ushuaia, port services are in accordance with the needs of the Antarctic vessels	1	2	3	4	5
F	In Ushuaia, port facilities are adequate to Antarctic vessels	1	2	3	4	5
G	Services and the <i>know-how</i> of the port agents in Ushuaia is appropriate to the needs and requirements of the Antarctic vessels	1	2	3	4	5
H	Services provided by travel agents in Ushuaia are appropriate to the Antarctic passenger	1	2	3	4	5
I	Excursions given in Ushuaia to the Antarctic passengers are worth taking	1	2	3	4	5
J	Excursions offered by Antarctic tour operators in Ushuaia are meant just to occupy the spare time passengers have between the flight and the ship or vice versa	1	2	3	4	5
K	Specialised, thematic tours that could show the connections between Antarctica and Tierra del Fuego would turn out into an added bonus to the Antarctic voyage	1	2	3	4	5
L	Tour guides are very well qualified and they can give pertinent information about Tierra del Fuego and Antarctica Turing the local tours in Ushuaia	1	2	3	4	5

- 4) Please refer in which ways you consider the services and/or facilities provided in Ushuaia to Antarctic vessels could be improved:

- 5) Please mention which services (that do not exist at the moment) should be provided to Antarctic vessels in Ushuaia:

Any further comment will be most welcome

Thank you very much for your cooperation!

Guía de entrevista semi-estructurada para capitanes de buques turísticos antárticos

Fecha de la entrevista:

Lugar:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

Entrevistador:

Entrevistado:

Buque:

Sobre Antártida:

1. ¿Cómo capitán de una embarcación, cuándo se siente realmente en la Antártida, independientemente de haber cruzado los 60° S?
2. ¿Cómo definiría el paisaje antártico?
3. ¿Cuáles son las dificultades más importantes para navegar en la Antártida?
4. ¿Qué puntos en el paisaje lo guían?
5. ¿Qué opina sobre el diseño de los itinerarios?
6. Estando en el puente, ¿qué espacios percibe usted que los pasajeros disfrutan más?
7. ¿Considera que Antártida es un destino remoto?

Sobre Ushuaia:

8. ¿Cómo percibe la relación de los pasajeros con Ushuaia/Tierra del Fuego?
9. ¿Cómo calificaría los servicios portuarios para la asistencia al buque que recibe en Ushuaia?
10. ¿Qué otros servicios que hoy no se brindan serían necesarios para los buques?
11. ¿Cómo observa el futuro de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida?

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Mapa político bicontinental de Argentina	2
2. Mapa político de la Provincia Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.	4
3. Mapa del Continente Antártico	24
4. Mapa de la Isla Grande de Tierra del Fuego	33
5. Mapa satelital de Tierra del Fuego, sector argentino	40
3.1 Proceso de formación de la experiencia turística	104
4.1 Características de la Proyección Estereográfica Polar EPSG 3031 WGS 84	123
5.1 Evolución de los flujos turísticos antárticos a través del puerto de Ushuaia. Temporadas 1957/1958 a 1988/1989	127
5.2 Evolución de los flujos turísticos antárticos a través del puerto de Ushuaia. Temporadas 1989/1990 a 2016/2017	127
5.3 Frecuentación turística en las distintas áreas de la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur	143
5.4 Frecuentación en puntos de visita del área Islas Orcadas del Sur	144
5.5 Frecuentación en puntos de visita del área Isla Elefante e islas adyacentes	146
5.6 Frecuentación en puntos de visita del área Islas Shetland del Sur.	147
5.7 Frecuentación en puntos de visita del área Noreste de la Península Antártica	149
5.8 Frecuentación en puntos de visita del área Noroeste de la Península Antártica	150
5.9 Frecuentación en puntos de visita del área Centro Oeste de la Península Antártica	151
5.10 Frecuentación en puntos de visita del área Suroeste de la Península Antártica	153
5.11 Frecuentación en puntos de visita del área Círculo Polar Antártico	154
5.12 Mapa de las áreas de interés turístico en la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur. Intensidad de visitas	155

5.13 Mapa de atractivos en la Península Antártica e Islas Orcadas del Sur	156
5.14 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Islas Orcadas del Sur	157
5.15 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Isla Elefante e islas adyacentes	158
5.16 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Islas Shetland del Sur	159
5.17 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Noreste de la Península Antártica	160
5.18 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Noroeste de la Península Antártica	161
5.19 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Centro Oeste de la Península Antártica	162
5.20 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Suroeste de la Península Antártica	163
5.21 Mapa de atractivos e intensidad de visitas en el área Círculo Polar Antártico	164
6.1 Puertas de entrada a la Antártida	168
6.2 Mapa físico de las Islas Malvinas	170
6.3 Carta topográfica de las Islas Georgias del Sur	171
6.4 Mapa de las Islas Sandwich del Sur	174
6.5 Principales rutas del turismo antártico	178
6.6 Funciones de cada sitio en el contexto de los viajes antárticos	181
6.7 Frecuencia de visitas en las Islas Malvinas. Temporada 2013/2014	183
6.8 Frecuencia de visitas en las Georgias del Sur. Temporada 2013/2014	183
6.9 Esquema de propiedades del sistema espacial del turismo antártico	192
6.10 Esquema de relaciones espaciales en relación con el turismo antártico	193
7.1 Ejemplo de folletos presentados como cuadernillos	196
7.2 Ejemplo de presentación de los miembros del <i>staff</i>	197

7.3 Frecuencia de aparición de los componentes del paisaje antártico en el contenido textual	203
7.4 Frecuencia de aparición de palabras clave que definen el paisaje antártico	203
7.5 Nube con términos resultantes del análisis de contenido textual sobre descriptores del paisaje antártico	205
7.6 Ejemplos de imágenes según los tamaños presentados en los folletos	208
7.7 Frecuencia de aparición de componentes del paisaje antártico de contenido visual	210
8.1 Imágenes en la mente de los visitantes antes del viaje	217
8.2 Factores según lugar de residencia	219
8.3 Expectativas según grupos etarios	220
8.4 Satisfacción alcanzada	225
8.5 Relación entre nivel de satisfacción y expectativas	225
8.6 Sitios preferidos de la experiencia turística	230
9.1 Pasajeros reunidos durante una conferencia	237
9.2 Limpieza de la indumentaria	238
9.3 Organización de los desembarcos	240
9.4 Atractivos naturales y culturales	241
9.5 Motivaciones artísticas	241
9.6 Pasajeros fotografiando elementos del paisaje	242
9.7 Paseo en bote semirrígido	242
9.8 Sumergida polar	243
9.9 Actividades en zonas pendientes	243
9.10 Contemplación del Canal Lemaire	244
9.11 Observación de la ruptura del hielo por un buque rompehielo	245
9.12 Observación de ballenas desde el buque	247
9.13 Observadores de aves tomando fotografías	248
10.1 Ushuaia como puerta de entrada según modo de operación	258
10.2 Caracterización de Ushuaia	260
10.3 Fotografías de Ushuaia	269
10.4 Ejemplos de representaciones cartográficas	270

11.1 Tiempo de permanencia en Ushuaia	274
11.2 Actividades desarrolladas durante la permanencia	275
11.3 Nivel de satisfacción alcanzado	276
11.4 Deseo de mayor permanencia en Ushuaia	277
11.5 Relación entre variables: deseo de permanencia y procedencia por región	277
11.6 Preferencias para realizar actividades en Tierra del Fuego	278

ÍNDICE DE TABLAS

1. Principales tipos de vegetación	37
3.1 Aproximaciones sobre la experiencia turística	92
4.1 Objetivos y técnicas utilizadas	113
4.2 Ficha técnica de la muestra	114
4.3 Sujetos de análisis entrevistados	120
5.1 Áreas de visita de la Península Antártida e Islas Orcadas del Sur	136
5.2 Correspondencia de viajes del área Islas Orcadas del Sur con las otras áreas de visita	145
5.3 Correspondencia de viajes del área Isla Elefante e islas adyacentes con las otras áreas de visita	145
5.4 Correspondencia de viajes del área Islas Shetland del Sur con las otras áreas de visita	147
5.5 Correspondencia de viajes del área Noreste de la Península Antártica con las otras áreas de visita	148
5.6 Correspondencia de viajes del área Noroeste de la Península Antártica con las otras áreas de visita	150
5.7 Correspondencia de viajes del área Centro Oeste de la Península Antártica con las otras áreas de visita	152
5.8 Correspondencia de viajes del área Suroeste de la Península Antártica con las otras áreas de visita	152
5.9 Correspondencia de viajes del área Círculo Polar Antártico con las otras áreas	154
6.1 Frecuencia de viajes en porcentajes	176
6.2 Duración estandarizada de los viajes según áreas de visita	177
6.3 Síntesis de promedios de tripulantes y de pasajeros por embarcación.	184
6.4 Cantidad de visitantes y viajes de turismo antártico discriminados según tipo de operación en el puerto de Ushuaia.	185
6.5 Valoraciones de los miembros del <i>staff</i> sobre Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida	187
6.6 Sugerencias de mejora que realizaron los entrevistados	189
7.1 Frecuencia de aparición de palabras describiendo el componente hielo (<i>ice</i>) y sus términos asociados	202
7.2 Distribución de imágenes según temas	209
8.1 Características socio-demográficas de la muestra	215
8.2 Factores generadores de expectativas	218
8.3 Valoraciones de los visitantes	222
8.4 Asignación de palabras clave para los componentes del paisaje	227
8.5 Percepción de los miembros del <i>staff</i> sobre cómo valoran los visitantes los componentes del paisaje	231

9.1 Conferencias llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake	236
9.2 Películas y/o documentales llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake	236
9.3 Conferencias llevadas adelante durante la navegación antártica	247
9.4 Películas y/o documentales llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake	248
9.5 Conferencias llevadas adelante durante la navegación antártica	249
9.6 Películas y/o documentales llevadas adelante durante el cruce del Mar de Hoces o Pasaje Drake	249
9.7 Itinerarios correspondientes a las observaciones	250
10.1 Síntesis sobre los folletos revisados	257
11.1 Permanencia en Ushuaia según organización de los operadores turísticos	273
11.2 Valorización del espacio	280