



*Ushuaia*2013
XII JORNADAS NACIONALES DE
INVESTIGACIÓN EN TURISMO
VI SIMPOSIO

“el turismo y los nuevos paradigmas educativos”

VI Simposio y XII Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo (CONDET) “El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos”

Ushuaia, 5 – 6 - 7 de Diciembre de 2013

Instituto de Desarrollo Económico e Innovación

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

Ponencia:

Recursos naturales e hídricos como atractivos turísticos: la valoración de las sierras de Córdoba y sus paisajes del agua.

Área temática: Turismo, Ambiente y Patrimonio

Autores:

María Itati Paoletti (a); Edgardo Venturini (b); Raúl Lasso (c).

(a) Universidad Blas Pascal-Universidad Nacional de Mar del Plata; (b) Universidad Nacional de Mar del Plata; (c) Universidad Blas Pascal.

Resumen:

Desde los inicios del turismo en el siglo XVII, los recursos naturales, en especial los entornos hídricos, han motivado los desplazamientos de los visitantes. Su atractividad ha estado determinada por procesos intrínsecos a cada sociedad, contextualizados en la realidad social, tecnológica, cultural y económica de cada época.

Promovidos tanto por el higienismo y el romanticismo del siglo XIX, como por el post-turismo y la migración de amenidades de nuestros días, los recursos naturales han logrado mantener su vigencia, y son asiduamente visitados con fines de ocio, recreación y turismo.

La valoración de estos entornos se ha extendido a distintos lugares del mundo, entre ellos a nuestro país. En la provincia de Córdoba, el conjunto “sierras, sol y ríos” y otros paisajes del agua han sido atractivo presente en cada período del turismo nacional. Aún hoy componen el imaginario de sus visitantes, y siguen siendo uno de los pilares para la promoción del territorio.

Un territorio donde el agua es un bien escaso, que además de ser objeto de la mirada turística, es un elemento indispensable para la vida y para el desarrollo de toda una gama de actividades, entre ellas la prestación de servicios a los visitantes.

La ponencia repasa el proceso de construcción social de la atractividad de los entornos naturales, en especial los hídricos, del siglo XVII a la actualidad, para luego situar el análisis en el contexto de las sierras de Córdoba.

Por otra parte, y en consonancia con el lema del Día Mundial del Turismo 2013, invita a reflexionar sobre el rol del agua en el turismo, los conflictos que entrañan las situaciones de escasez, y la importancia de una gestión integral y sustentable del recurso.

Palabras clave: atractivos hídricos –turismo en Córdoba (Argentina) – gestión sostenible del agua en el turismo.

Aspectos de la construcción social de la atractividad de los sitios turísticos.

Se considera atractivos turísticos a los recursos naturales y/o culturales, acompañados generalmente de ciertas facilidades para permitir su acceso y goce, que tienen la capacidad de interesar y movilizar visitantes con fines de ocio, recreación y turismo (OMT, 1998).

A lo largo de la historia del turismo, que coincidiendo con la postura de Urry (2004) y otros autores se considerará a partir de las giras llamadas Grand Tour del siglo XVII, han sido diversos los elementos que las personas consideraron dignos de ser visitados.

El proceso por el cual se valorizan ciertos recursos como atractivos turísticos, en el seno de una sociedad dada, está determinado por su contexto social, cultural, histórico, económico y tecnológico.

Según MacCannell (1999, en Urry, 2004), cualquier cosa es potencialmente una atracción: sólo se necesita que una persona la mencione a otra como algo que es digno de ver. Luego, según el autor, tiene lugar un proceso de “sacralización” que convierte a ese artefacto natural o cultural en un objeto sagrado del ritual turístico, mediante su adaptación, reproducción, difusión y posicionamiento.

Sin embargo, Urry (2004) señala una característica fundamental que deberían tener esos elementos para convertirse en atractivos: ser extraordinarios, en contraposición a lo que es ordinario o habitual para los turistas. Esos recursos deben, entonces, diferenciarse de lo cotidiano y permitir una experiencia placentera, que salga de lo común e involucre diferentes sentidos.

Este aspecto coincide con la definición del turismo formulada por la OMT, que hace referencia a las actividades realizadas por las personas en lugares distintos a su entorno habitual (OMT, 1998).

Esa experiencia turística debería, además, corresponderse con la fantasía que los visitantes se han formado del lugar. Distintas prácticas culturales no turísticas, como películas o literatura, además de la publicidad de los destinos, y la interacción con otras personas, contribuyen a formar las expectativas de los visitantes respecto a un determinado sitio (Urry, 2004). A su vez, cada turista reproduce en sus propias narraciones, fotografías y videos las imágenes perfectas que coinciden con lo que soñaba encontrar, permitiendo que su “mirada” se reproduzca y recapture sin cesar (Urry, 2004). Así, su experiencia de viaje participa en la creación del imaginario del otro cercano, y de la construcción de una visión subjetiva del destino o del acto turístico en sí, en el imaginario colectivo (Hiernaux-Nicolas, 2002).

Este proceso, muchas veces también fomentado e intervenido por actores sociales concretos e intencionados (Bertoncello, 2006), se ha repetido desde los inicios del turismo, y sigue contribuyendo a determinar lo que en la actualidad es considerado por los visitantes como un atractivo digno de apreciar.

Particularmente en relación a los recursos naturales, en cada momento histórico han coincidido pautas sociales y culturales, con teorías científicas, estructuras económicas y avances tecnológicos, para configurarlos como un conjunto de atractivos que las personas deseaban y aún anhelan conocer y disfrutar.

Antecedentes de la valoración de los entornos naturales, en especial los hídricos.

Algunos elementos de la naturaleza como el agua, la montaña y el fuego constituyen, por su

sentido simbólico, referentes universales para la Humanidad. En cualquier cultura, religión y época que se analice, se hallarán testimonios de la fascinación y veneración de los hombres por ellos (Contreras Gallego, 1998; Gonzalez Fernandez, 2010). Por eso, no es extraño que también hayan sido objeto de la atención de los visitantes.

El agua, en particular, ha simbolizado en diferentes religiones y culturas la totalidad de las virtudes, el fundamento del mundo, la matriz de todas las posibilidades de existencia: las aguas simbolizan la vida y la fecundidad, son fuerza creadora, son principio de toda curación (Contreras Gallego, 1998). Así,

“el agua contiene todo el espectro de significados que van de la vida hasta la muerte (...). Sumergirse en ella para volver a salir es la regresión a lo preformal, es una vuelta a las fuentes por medio de la muerte simbólica (...). En último análisis, el contacto con el agua implica siempre regeneración, ya porque la disolución va seguida en un nuevo nacimiento, ya también porque la inmersión fertiliza y aumenta el poder de vida de la creación” (Contreras Gallego, 1998:7)

En los centros urbanos del pasado, “de todas las construcciones hidráulicas el pozo, el aljibe y la fuente fueron las más próximas al ciudadano; (...) la tercera como triunfo manifiesto del agua viva, representó a menudo el orgullo de toda una sociedad, organizó su espacio, se erigió en su símbolo” (Cantero, 1998:2). El acceso al agua estaba dotado entonces de una especie de magia, que se convertía en ingenio y empeño en aquellos lugares donde era escasa. En las ciudades actuales, “nos es tan accesible y habitual que fácilmente olvidamos su importancia y su pasado. ¿Qué puede significar para nuestros ciudadanos la que sale del grifo más allá del confort y de la higiene (...)?” (Cantero, 1998:1).

Siguiendo con esta comparación,

“el H₂O es una creación social de los tiempos modernos, un recurso que es escaso y que requiere un manejo técnico. Es un fluido manipulado que ha perdido la capacidad de reflejar el agua de los sueños. El niño de la ciudad no tiene oportunidades para entrar en contacto con el agua viviente. El agua ya no puede ser observada: solo puede ser imaginada, reflexionando sobre una gota ocasional o un humilde charco” (Illich, 1989 en Cantero, 1998:8)

Quizás por una mezcla de todo eso, del símbolo, la magia, la posibilidad de soñar, el contraste con la realidad cotidiana, el agua sigue siendo un elemento que disfrutamos admirar, y hasta viajamos para encontrarla, como han hecho todas las civilizaciones y culturas que nos precedieron.

Por ejemplo los griegos, romanos e islámicos, que se desplazaban hacia las instalaciones de aguas termales que crearon con fines de terapia, higiene y ocio (Ramírez, 2011) aunque, como se anticipara, en este trabajo y por la época, esas no se consideran prácticas turísticas.

Posteriormente, entre los siglos XVI y XVIII, la realeza y la aristocracia europea recuperaron ese uso de las aguas termales con propósitos medicinales, y también descubrieron el de las aguas marinas con el mismo fin (Urry, 2004). Durante todo el siglo XVIII y fundamentalmente en el siglo XIX, su valoración se extendió a otros grupos sociales, sobre todo los que residían en ciudades industriales (Ramírez, 2011).

Los centros urbanos formados en torno a las industrias surgidas con la Revolución Industrial, se caracterizaron por su crecimiento desordenado, condiciones de hacinamiento, y deficiencias en materia de higiene y salud en un entorno contaminado por las emanaciones y desechos fabriles. Eran así, un ámbito propicio para el surgimiento y propagación de

enfermedades urbanas masivas e incurables, como la tuberculosis, que causaron estragos en las poblaciones y contribuyeron a extender la idea de que las ciudades eran ámbitos insalubres que debían evitarse (Larrinaga, 2007; Ramírez, 2011; Urry, 2004).

A raíz de ello, distintos grupos de médicos plantearon que el entorno ambiental y social influía en la aparición y evolución de las enfermedades. En consecuencia, recomendaron combatir la insalubridad de los centros urbanos, mediante la adopción de hábitos higiénicos y el mejoramiento del espacio. Esta corriente terapéutica se denominó Higienismo, y tuvo gran influencia en la motivación de viaje hacia entornos naturales e hídricos de los residentes de las ciudades (Larrinaga, 2007; Ramírez, 2011).

De esta manera, en plena vigencia del Higienismo, y gracias a la publicación de tratados sobre las propiedades curativas de las aguas minerales y marinas, se dio el auge de los balnearios en la costa de mares fríos y de las estaciones termales. Auge al que contribuyó la mejora de los medios de transporte, principalmente del ferrocarril, haciendo posible el viaje a amplias capas de la población. Sin embargo, a fines del siglo XIX el paradigma higienista entró en crisis a medida que avanzó la medicina, y estos balnearios tuvieron que adaptarse (Larrinaga, 2007; Ramírez, 2011; Urry, 2004).

Paralelamente, en el siglo XIX surgió en esas primeras sociedades industriales, una cierta emotividad hacia el mundo natural y el paisaje, que estaba en parte fomentada por la literatura de la época, y también por el avance de la urbanización. Este movimiento se llamó Romanticismo, y al igual que el Higienismo, alentaba a los urbanitas a viajar fuera de las ciudades, pero esta vez para experimentar placeres mediante la apreciación de la naturaleza (Urry, 2004).

Estas corrientes se convierten, entonces, en claros ejemplos de la enorme influencia que ha tenido, en los desplazamientos turísticos, la búsqueda de entornos diferentes a lo cotidiano, tal como teoriza Urry.

En ambos casos, la naturaleza representaba lo emotivo, lo natural, lo saludable y lo preservado, en contraposición a lo deteriorado e insalubre de las ciudades industriales de la época (Ramírez, 2011).

Como se adelantaba, desde comienzos del siglo XX los balnearios y estaciones termales habían dejado de ser sinónimo de recuperación y mantenimiento de la salud. Entonces, recondujeron su orientación hacia la diversión y el ocio, centrándose en las posibilidades lúdicas y recreativas de las aguas y su entorno (Larrinaga, 2007; Urry, 2004).

Además, por esta época surgieron los balnearios ubicados en el Mediterráneo, impulsados por nuevas teorías que exponían los efectos beneficiosos de los rayos del sol, asociándolos a la salud y la sensualidad de las personas morenas (Urry, 2004).

Nació entonces el turismo “de sol y playa”, practicado en principio sólo por la clase alta. Cuando, a partir de 1950, las progresivas conquistas sociales y laborales de la clase obrera, le posibilitaron sumarse a esta práctica (Bertoncello, 2002; Urry, 2004), la modalidad se convirtió en un símbolo de las vacaciones y el turismo en entornos hídricos.

Esta tendencia se replicó, no solo en distintas playas de mares del mundo, sino también en los territorios del interior, como ríos, piscinas naturales, lagos y embalses. Estos sitios permitieron, además, la recreación y la práctica de deportes y otras actividades (García González, 2004).

En la actualidad, los entornos naturales siguen motivando desplazamientos turísticos. En un mundo cada vez más urbanizado, esas áreas siguen representando un ideal opuesto a lo cotidiano, y son un componente indiscutido del imaginario turístico.

Se entiende al imaginario como “el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado” (Hiernaux-Nicolas, 2002:8). El imaginario turístico sería, en consecuencia, aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico. Es dependiente de otras consideraciones y otros imaginarios y está, a su vez, compuesto por idearios.

Según el mismo autor, los idearios que sustentan el imaginario turístico del mundo occidental son: “la conquista de la felicidad, el deseo de evasión, el descubrimiento de lo otro y el regreso a la naturaleza” (Hiernaux-Nicolas, 2002:11).

De los cuatro, el deseo de evasión y el regreso a la naturaleza, este último relacionado al Romanticismo y al Higienismo del siglo XIX, son los que tienen mayor influencia en la actual valoración de los atractivos naturales e hídricos.

Paralelamente, en ésta era, caracterizada por la difusión de tecnologías de información y comunicación (TIC's), los entornos antes extraordinarios puedan disfrutarse con tanta frecuencia como se quiera y en la comodidad de los hogares (Urry, 2004): múltiples tecnologías brindan experiencias sensoriales cada vez más reales.

Además, las ciudades ofrecen un conjunto de actividades recreativas y de servicios que antes sólo estaban disponibles en destinos turísticos, y pueden ahora aprovecharse en cualquier momento de ocio con mínimos desplazamientos (Urry, 2004). Estas tendencias, entre otras, constituyen lo que el autor denomina post-turismo.

Como otra faceta de este presente, condiciones laborales más flexibles y diversas, permiten combinar trabajo, ocio y amenidades (Mc Intyre, 2008, en Otero et al., 2011) en un proceso denominado “migración de amenidades” por el cual las personas eligen lugares que antes visitaron como turistas, para vivir todo el año o parte de él. Así, se recomponen los constructos anteriores “en relación al espacio, el tiempo y las prácticas del *aquí* (la ciudad, lo cotidiano, el trabajo) y el *allá* (la naturaleza, lo no cotidiano, el ocio)” (Otero et al., 2011:4).

Entonces, lo opuesto a lo habitual que caracteriza los desplazamientos turísticos queda cada vez más circunscripto a destinos no tradicionales, o a modalidades del llamado “turismo temático” practicadas por segmentos de demanda con intereses particulares. Algunas de estas temáticas, valorizan especialmente los entornos naturales preservados, como el ecoturismo, turismo de naturaleza, rural, y algunas disciplinas del deportivo o de aventura (Bertoncello, 2002; OMT, 1998;Urry, 2004).

Así, por distintos motivos anclados en la cultura, y atravesados por procesos intrínsecos a las sociedades que se analicen, el agua ha sido un elemento apreciado por el hombre. Convertido en atractivo turístico, ha motivado y sigue motivando desplazamientos con fines de ocio y recreación.

Pasado y presente del turismo en las Sierras de Córdoba, en relación a la valoración de sus entornos naturales y los paisajes del agua.

Los procesos mencionados, se extendieron a otros países y regiones, entre ellos Argentina. Analizándolos en relación a los atractivos naturales e hídricos de la provincia de Córdoba, se puede reafirmar que esta valoración fue definida socialmente, y estuvo influenciada por el contexto cultural, económico, político y tecnológico de cada época.

En este apartado se analizará por qué, en cada etapa del turismo nacional, los visitantes los apreciaron.

Para ello, se hará referencia a los procesos históricos, económicos y culturales de cada momento, y se describirán brevemente las facilidades de alojamiento y transporte, de modo de entender esa valoración como parte de una realidad que supera al hecho en sí mismo.

Para terminar, se mencionará cómo la realidad hídrica de la provincia, puede convertirse en un factor que condicione la óptima satisfacción de las necesidades turísticas a futuro.

En base a las periodizaciones desarrolladas por Mantero (2002), Bertoncetto (2006) y Wallingre (2007), se reconocen en este trabajo cuatro estadios del turismo nacional: el de elite, el inclusivo o de masas, el postindustrial, y el de segmentos o temático, que serán abordados cronológicamente.

A fines del siglo XIX y comienzos del XX, se dio en el país el apogeo del modelo económico agroexportador. La explotación agrícola y ganadera se centró en estancias ubicadas en las zonas más productivas del territorio, pertenecientes a unas pocas familias residentes en Buenos Aires y otras ciudades del país. La enorme rentabilidad de la actividad, permitió a este grupo de terratenientes y exportadores un repentino enriquecimiento. Admiradores de la cultura europea, principalmente las de Inglaterra y Francia, adoptaron un estilo de vida que reproducía las prácticas de la nobleza y la burguesía de esos países, entre ellas los viajes por turismo (Bertoncetto, 2006; Mantero, 2002; Wallingre, 2007).

El desarrollo de Mar del Plata como balneario, la valoración de los paisajes serranos de Córdoba y de las aguas termales en Salta y Jujuy, respondieron a esa reproducción de prácticas “civilizadas” (Bertoncetto, 2006), aunque descontextualizadas de los motivos que las originaron, ya que nuestro país no tuvo un desarrollo urbano ni industrial que fundamentara las ideas higienistas o románticas. Aunque sí existieron enfermedades contagiosas e incurables para entonces, como la tuberculosis, que motivaron desplazamientos y largas permanencias de los enfermos y sus familias en lugares donde el clima y la altura fueran más apropiados, por caso las sierras de Córdoba (Wallingre, 2007).

Las facilidades adoptadas por este segmento para esos primeros viajes turísticos fueron los Grandes Hoteles, los cascos de sus estancias, y el ferrocarril, que en algunos casos se complementaba con cortos tramos en carruajes. Para los enfermos, se desarrollaron alojamientos especiales (Rapetti Romano, 1995; Wallingre, 2007).

La región de las sierras de Córdoba, en esa época, estaba escasamente poblada y conservaba gran parte de su bosque serrano. Tenía, además, numerosos arroyos que discurrían entre las piedras, formando saltos y cascadas, y que podían ser muy caudalosos en época de lluvia. También se caracterizaba por poseer un clima fresco y seco, ideal por su pureza (Rapetti Romano, 1995).

En ese territorio, surgieron dos establecimientos de la categoría Grand Hotel: el Sierras de Alta Gracia, inaugurado en 1907, y el Edén de La Falda, a partir de 1910 (Bertoncetto, 2006; Venturini, 2007). También existían, en las estancias pertenecientes a esas familias de elite, importantes cascos dotados de todas las comodidades de la época. Hacia allí se trasladaban los propietarios para sus largos veraneos, y solían ser frecuentados por familiares y amigos. En esas ocasiones se celebraban concurridas reuniones y fiestas (Rapetti Romano, 1995), ya que para este grupo “el tiempo libre estaba asociado a la vida al aire libre, y tenía gran importancia social” (Wallingre, 2007:59).

Las actividades al aire libre que estos visitantes realizaban durante su estadía en la zona, ya sea que estuvieran alojados en hoteles o en estancias, incluían la práctica de deportes, cabalgatas o paseos en carruajes y caminatas por las sierras. También disfrutaban de los cursos de agua,

donde nadaban y se recreaban (Rapetti Romano, 1995). Entonces, eran los paisajes pintorescos y la salubridad del aire serrano los determinantes de la elección de este territorio (Bertoncello, 2006), tal como describe un viajero de la época:

“Estamos entre un dédalo de colinas, vallecitos o cañadas y mogotes, cubiertos de molles, cocos, talas, matorrales y hierbas de todos los tamaños y diversos matices. (...) Al oeste, sobre un plano bajo ascendente cubierto de verdura y cortado por una guirnalda de sauces salvajes, la Sierra Chica, su cordón principal, en el que se destacan (...) cerros boscosos en la base y despojados y a veces desnudos en las cimas; al este, ocultando el camino tortuoso, las enanas colinas que hemos venido subiendo y bajando; al norte, en primer término, la quinta y la viña, y mas allá la casita blanca (...) al sur, muy cerca... solamente cielo, un jirón de cielo (...).”

“La temperatura es deliciosa, no hay vientos, ni polvos, ni mosquitos, ni moscas, ni calor, ruidos y emanaciones de muchedumbre plebeya, de ganado humano, de la corriente afanosa de las grandes ciudades (...).” (Ceballos, c1896, en Rapetti Romano, 1995:47-51).

Por lo tanto, en esta etapa del turismo de elite, los recursos naturales fueron valorados como componentes de un paisaje que daba marco a actos destinados a disfrutarlo. Los cursos de agua, en particular, fueron apreciados como entornos recreativos para la práctica de actividades concretas, y también como factores imprescindibles de la belleza natural de la región.

El período siguiente, estuvo signado por grandes cambios económicos y sociales. Desde la década de 1930, la Gran depresión y el inicio de la Segunda Guerra Mundial afectaron la exportación de productos agrícolas y ganaderos, perjudicando a los grupos socioeconómicos antes favorecidos. Por otra parte, las sucesivas inmigraciones aumentaron la población urbana, empleada fundamentalmente en el sector manufacturero. En ese contexto, surgieron los movimientos obreros y, desde 1925, distintas leyes que regularon el trabajo y el descanso (Bertoncello, 2006; Mantero, 2002; Wallingre, 2007).

A partir de 1940, la paulatina consolidación de un modelo económico vinculado a la industrialización y la sustitución de importaciones, profundizó las transformaciones económicas y sociales. Una progresiva redistribución social de los ingresos, permitió un creciente acceso al consumo de las capas medias y asalariadas de la población, lo que contribuyó al crecimiento y expansión de otras actividades económicas, entre ellas el turismo (Bertoncello, 2006; Mantero, 2002).

Esto significó el inicio de un período de cambios en los otrora centros turísticos de elite, con la llegada de nuevos turistas y la consiguiente variación de sus prácticas (Bertoncello, 2006). Porque a diferencia de la etapa anterior, ésta fue una época de amplio acceso al turismo, donde los mencionados grupos sociales también pudieron disfrutar de vacaciones. Este público prefirió fundamentalmente destinos de sol y playas, como el litoral atlántico, también las sierras de Córdoba, y otros como Cataratas, Mendoza, los lagos del sur o la ciudad de Buenos Aires, (Mantero, 2002).

Fundamentalmente en los dos primeros destinos, se creó equipamiento para los sectores asalariados. Las organizaciones de trabajadores y el Estado institucionalizaron y gestionaron su derecho a las vacaciones “a través de un sistema ajeno al mercado turístico e inmobiliario” (Mantero, 2002:4) basado en establecimientos similares, de gestión sindical, y unidades turísticas integrales, de gestión estatal.

De forma simultánea, en el lapso 1945-1975, también apareció un turismo de tipo residencial, que simbolizó el acceso de los sectores medios a la vivienda en destinos turísticos, para uso

estacional y como opción accesible de ahorro. La modalidad acompañó el proceso de expansión del turismo de sol y playa, mayormente (Mantero, 2002), resultando significativa en el litoral atlántico de la provincia de Buenos Aires, y en las sierras de Córdoba. El desarrollo del transporte automotor, individual y de pasajeros, acompañó esta etapa permitiendo el acceso a localidades a las que no llegaba el ferrocarril (Bertoncello, 2006; Wallingre, 2007).

En la región serrana de Córdoba, a partir de 1920 se fueron consolidando los destinos existentes al incorporar mayor oferta hotelera, y florecieron otras localidades turísticas (Venturini, 2007). La organización de Raides en automóvil entre la ciudad capital y distintas localidades, la publicación de las primeras guías turísticas de la región, la conectividad brindada por la apertura de caminos o la operación del Tren de las Sierras, e incluso hechos no turísticos como la filmación de películas del cine nacional, contribuyeron a la difusión de sus paisajes y su posicionamiento como destino fundamental del turismo nacional (Bertoncello, 2006; Venturini, 2007). Con el mismo objetivo, se formaron desde 1930 los primeros Centros o Sociedades de Fomento del turismo en Cosquín, Río Ceballos y Alta Gracia, y la Dirección de Turismo de la Provincia, en 1938 (Venturini, 2007; Wallingre, 2007).

También por entonces, el conjunto de paisajes, atractivos y facilidades de esa región se vio enriquecido cuando, a partir de 1938, el gobernador Sabattini puso en marcha su programa que proponía "diques en el norte y el oeste, rutas en el sur y escuelas en todas partes" (Moreno, 2010). La construcción de varios diques y embalses con el objetivo principal de almacenar agua para la creciente población, creó nuevos entornos hídricos que fueron prontamente aprovechados por residentes y visitantes.

El uso recreativo y turístico de los embalses habría comenzado en 1932, con la inauguración del Club Náutico Córdoba, en la costa del Lago San Roque en Villa Carlos Paz. Luego, en 1934, se organizó la primera fiesta náutica en ese mismo embalse. Años más tarde, en febrero de 1949, comenzaron a funcionar en el lago los dos primeros vehículos anfibios para transporte recreativo (Venturini, 2007).

Estos nuevos paisajes del agua enmarcados por las sierras, y los tradicionales protagonizados por ríos y arroyos, fueron reproducidos tanto en los materiales de promoción turística de la provincia como de la nación, contribuyendo a estructurar el imaginario de sus visitantes. Por ejemplo, en Visión de Argentina, de Córdoba se destacaban su clima y su paisaje:

"(...) en verano todos se vuelcan hacia las playas atlánticas o a las sierras de Córdoba y San Luis o a los lagos del sur, estos últimos preferidos por sus frescas temperaturas. (...) hay lugares como Córdoba y Nahuel Huapí que siempre mantienen su atracción sobre el turista, por sus sobradas bellezas naturales" (AGPNyT, 1950a, en Troncoso y Louis, 2005:195)

El mensaje escrito se completaba con imágenes panorámicas de localidades serranas, como La Falda, y de cuerpos de agua, como el dique de Embalse Río Tercero (Troncoso y Louis, 2005).

A medida que el crecimiento del parque automotor y la red vial lo hicieron posible, se fue consolidando en la provincia una nueva modalidad de turismo, por la cual en el mismo viaje los visitantes se desplazan de un lugar a otro, pernoctando poco tiempo en cada uno (Bertoncello, 2006; Wallingre, 2007). Este tipo de viajes itinerantes, fue:

"una forma de valorar las condiciones naturales de las sierras de Córdoba que difiere de la tradicional (centrada en el reposo y la salubridad) en tanto valora la

heterogeneidad del paisaje, cuyos rasgos pintorescos justifican la observación, y la existencia de condiciones específicas en algunos lugares del conjunto, que permiten la práctica de las actividades predominantes: el baño en los arroyos y el descanso bajo el sol o a la sombra de la vegetación arbórea, cuya gran dispersión justifica el recorrido y, a través de éste, la permanencia durante un período prolongado”(Bertoncello, 2006:326).

Ya se hizo referencia al uso turístico y recreativo de los embalses. Con respecto a los cursos de agua que menciona el autor, en 1956 se inauguró el primer balneario Municipal de Villa Carlos Paz, y en 1968 el Fantasio (Venturini, 2007), que se convirtió en uno de los atractivos preferidos por los visitantes de la localidad. Por la misma época, existían balnearios en los ríos y arroyos de los principales destinos turísticos de Punilla y otros valles.

Puede afirmarse entonces que, en esta etapa, el conjunto “sierras, sol y ríos” se posicionó como el grupo de atractivos más valorados de la provincia. Las actividades de los visitantes, tanto de los usuarios de complejos sindicales o sociales, como de los segundos residentes o los que practicaban turismo itinerante, se focalizaron en el disfrute del paisaje y la permanencia junto a embalses y cursos de agua, para tomar sol, bañarse, practicar deportes o recrearse.

Sin embargo, como sostiene Bertoncello (2006) no fueron sólo sus cualidades intrínsecas, sino las funciones que la sociedad les asignó, las posibilidades y la utilidad de hacerlo, las que definieron esa atraktividad. El predominio de los destinos de sol y playa fue un reflejo del significativo rol que el turismo vacacional adquirió en la sociedad salarial argentina del siglo XX, principalmente en las décadas de 1960 y 1970.

Es dable mencionar que, en esa primera década, “Argentina ocupó el primer lugar en movimientos turísticos internos de América Latina” (Wallingre, 2007:133).

A partir de entonces, una serie de cambios económicos y sociales dieron lugar a modificaciones en esas prácticas turísticas, que si bien no desaparecieron, con los años fueron perdiendo participación. Al tiempo, otras formas de turismo fueron ganando la preferencia de la demanda, a medida que surgieron nuevos atractivos y facilidades, y que el turismo interno, antes predominante, se combinó con el receptivo y el emisor.

El contexto internacional, signado por la revolución técnico-científica, la expansión del sistema capitalista representada por la globalización, y los consecuentes cambios en el mundo laboral (Wallingre, 2007) se reflejó en las políticas que se implementaron en Argentina desde la segunda mitad de los años setenta, y se consolidaron en los años noventa. Entonces, “el paulatino abandono del modelo de desarrollo orientado al mercado interno y con fuerte intervención estatal, va dando paso a la instalación de un modelo económico neoliberal, abierto al mercado internacional y asociado al achicamiento del estado, en particular en lo relativo a su intervención en la economía” (Bertoncello, 2006:328).

Entre las medidas adoptadas, se privatizaron casi la totalidad de las empresas públicas, se liberaron las inversiones extranjeras y se eliminó el sistema de “compra nacional” (Rapoport, 2003, en Wallingre, 2007). También se otorgó libertad a las fuerzas económicas para que se expresaran a través del mercado, y se implementó en 1991 la Ley de Convertibilidad, que convertía un peso argentino en un dólar estadounidense, lo que derivó en una indiscriminada apertura comercial, en detrimento del tejido productivo local (Wallingre, 2007).

Como era de esperar, este proceso trajo una larga serie de consecuencias, tanto económicas como sociales, entre las que se destacan la disminución del empleo industrial y de

la proporción de riqueza distribuida a través del salario, el empobrecimiento de porciones crecientes de la población (fundamentalmente del sector asalariado y la clase media baja), y la inestabilidad (Bertoncello, 2006).

En el turismo, esto resultó en una significativa disminución del acceso a vacaciones anuales por parte de esos grupos, a la vez que las estructuras sindicales y estatales antes destinadas a esa práctica, sufrían un rápido deterioro y enajenación. La caída de los ingresos también cercenaba, a muchos de quienes las poseían, las posibilidades de mantener sus segundas residencias en destinos turísticos (Bertoncello, 2006).

En contrapartida, quienes pudieron mantener su empleo, orientaron sus actividades hacia las nuevas necesidades del mercado, o se beneficiaron con la paridad cambiaria, pudieron acceder a prácticas turísticas que antes los excluían. Ello derivó en que, a fines de la década de 1970 y desde principios de los '90, se registrara un considerable aumento del turismo emisor. Las medidas adoptadas también favorecieron, por unos años, al turismo receptor (Bertoncello, 2006; Wallingre, 2007).

Para satisfacer los requerimientos de este nuevo público, los destinos nacionales debieron planificar la ampliación y mejora de las facilidades turísticas con las que contaban, en muchos casos con la intervención técnica y financiera de agentes internacionales (Bertoncello, 2006; Wallingre, 2007).

En un proceso que comenzó con los preparativos para el Campeonato Mundial de Fútbol de 1978, en la región de las sierras de Córdoba se mejoraron la infraestructura vial y el equipamiento hotelero, sumando establecimientos de 4 y 5 estrellas, y se incorporaron opciones de esparcimiento, como parques recreativos, casinos, teatros, discotecas y centros comerciales o shopping centers. También en esta etapa se diversificaron los atractivos, adquiriendo gran relevancia los culturales, que en los veranos de las localidades serranas estuvieron representados por diversos festivales musicales, y por ferias artesanales (Venturini, 2007).

En ese contexto, parecería que el conjunto “sierras, sol y ríos” perdió vigencia. Sin embargo, las sierras de Córdoba seguían siendo, en 1984, el segundo destino de turismo interno del país (Wallingre, 2007). Por lo tanto, aunque de forma menos evidente, sus paisajes continuaron formando parte del imaginario turístico, combinados ahora con otro tipo de atractivos y mayores facilidades.

Los planes provinciales de gestión y desarrollo turístico de 1981 y 1985, daban cuenta de esa diversidad, pero también de la importancia que se les siguió asignando a los recursos naturales, al tener entre sus objetivos la puesta en valor tanto del patrimonio natural como cultural.

También la declaración de una serie de áreas protegidas, y la promulgación de la Ley 7343 de Ambiente en 1985 (Venturini, 2007), pueden entenderse como un signo de la valoración de los atractivos naturales, por parte de las autoridades provinciales en esta etapa.

Como consecuencia de lo expuesto, y dando continuidad al anterior período en que las prácticas turísticas reflejaron los profundos cambios acaecidos, comenzaron a perfilarse una serie de modalidades que componen el llamado turismo temático o de segmentos, aspecto sobresaliente del posturismo (Mantero, 2002; Wallingre, 2007).

Este último abarca un conjunto de tendencias, simultáneas y de compleja definición, que se encuentran aún en desarrollo bajo la influencia de las TIC's y los cambios sociales, culturales y económicos que caracterizan al siglo XXI, y se esbozaron en el segundo apartado de este trabajo.

Las propuestas para segmentos específicos de mercado, se centran en la creación de productos turísticos diferenciados, poseedores de atributos que les otorgan unicidad, al tiempo que los hacen deseables para el grupo de demanda al que se dirigen.

El anhelo de diferenciación y el cierto individualismo que signan al hombre del posmodernismo (Hiernaux-Nicolas, 2002; Urry, 2004) son, desde el punto de vista de la demanda, la base para la estructuración de estos productos. Por otra parte, la multiplicidad de recursos de los que cada territorio dispone, es el fundamento desde la óptica de la oferta; así, más que nunca cobra sentido la mencionada afirmación de MacCannell, sobre que todo es potencialmente una atracción.

Paralelamente, y dada la disminución de la cantidad de personas que pueden practicar turismo a la que se hizo referencia, la creación de distintos productos temáticos también implica la pretensión de que, el grupo de demanda que sí puede hacerlo, repita actos de compra. De este modo se suplirían, en volumen, los consumos que ya no realizan los otros (Bertoncello, 2002).

En Argentina, “según las regiones la oferta de productos incluye: ski, pesca, rural, playa, termas, paleontológico, ecoturismo, golf, polo, tango, étnico, urbano, congresos y convenciones, salud, trenes turísticos, religioso, de aventura u otros” (Wallingre, 2007:217).

En algunas de estas modalidades, los recursos naturales desempeñan un rol fundamental, y la “creciente valorización de la naturaleza en función de su consumoestético” (Nouzeilles, 2002, en Bertoncello, 2006) hace que estos atractivos no sólo sean apreciados, sino también protegidos.

En la provincia de Córdoba, como se mencionó, se promulgaron distintas leyes para preservar el ambiente y el patrimonio natural.

Por otro lado la sanción, en 1999, de la Ley de Turismo Alternativo, que establece conceptos, modalidades, actividades y requisitos para la realización de turismo de naturaleza, deportivo y de aventura en la provincia (Venturini, 2007), puede tomarse como una referencia en relación al empleo del patrimonio natural en el diseño de productos dirigidos a segmentos.

En el año 2000, el lanzamiento del Programa de Turismo Rural y Rutas Alimentarias también acentúa esta tendencia.

Por cierto, el Plan Estratégico de Turismo Sustentable Córdoba menciona, en relación a los productos turísticos, que:

“la Provincia de Córdoba estuvo tradicionalmente ligada al producto sierras, sol y ríos, que fue su producto característico hasta la década de 1990. A partir de entonces, aprovechandola alta potencialidad de sus recursos naturales y culturales, vinculada con la emergencia de nuevos segmentos de demanda en el mercado local, nacional e internacional, progresivamentese produjo una diversificación de los productos turísticos cordobeses, a través de la implementación de nuevas modalidades alternativas del ejercicio del turismo” (Agencia Córdoba Turismo, 2006: 35).

El documento continúa detallando cuáles son esas modalidades: turismo cultural, de aventura, ecoturismo, rural y deportivo y, a su vez, detalla qué actividades incluye cada una.

Sin embargo, de manera directa o indirecta, las sierras y sus entornos hídricos siguen estando presentes en la conformación de estas nuevas propuestas. El uso de imágenes que, a nivel promocional, se hace de ellos para acompañar la difusión de estos productos, así lo demuestra (Agencia Córdoba Turismo, 2013).

El agua, en particular, como atractivo o como insumo, sigue siendo un recurso fundamental para el sustento del turismo en la provincia. En el primer caso, es imprescindible para la práctica de turismo náutico, buceo o windsurf, y está presente en el paisaje durante la

realización de ecoturismo o treetking. En el segundo caso, es un recurso irremplazable para el mantenimiento de campos de golf y establecimientos de turismo rural, para la prestación de servicios recreativos, en piscinas, y para la higiene y la preparación de alimentos.

Por lo tanto, puede afirmarse que a lo largo de toda la historia del turismo en la provincia, los recursos hídricos y naturales han sido y siguen siendo protagonistas, de forma más o menos evidente.

En consecuencia, su conservación y gestión sustentable entrañan un desafío, enorme pero crucial, para la continuidad de la actividad turística en el territorio.

En este sentido, debe recordarse que en la provincia, debido a aspectos geográficos e hidrológicos, existen problemas de disponibilidad de agua tanto en el tiempo (épocas del año) como en el espacio (territorio), que coexisten con dificultades en su calidad (Reyna et al., c2005). De hecho, según el mismo autor, “se tiene poca agua, mal distribuida en el tiempo y en el espacio, y con muchos usuarios que desean usarla para muchas cosas distintas” (Reyna et al., c2005:5).

Esta situación, se ve complejizada por actividades humanas que producen deterioros en las condiciones ambientales, tales como: el desmonte y los incendios de áreas de las sierras que suelen coincidir con las zonas de captación hídrica; la agricultura, ganadería y crecimiento urbano sin planificación, que avanzan sobre áreas ecológicas sensibles; y otras actividades.

Todas estas acciones, sumadas a las condiciones propias del territorio, y a una insuficiente planificación de la distribución y uso del recurso, podrían afectar directamente la cantidad y calidad del agua, e indirectamente a todos los usos que la sociedad realiza (Colanutti, 2013; Reyna et al., c2005), por ejemplo el turismo.

Es por ello que, como última parte de esta presentación, y en el marco del Año Internacional de la Cooperación en la Esfera del Agua de Naciones Unidas, al cual adhirió la Organización Mundial del Turismo, se consideró oportuno remarcar la importancia de administrar de forma sustentable los recursos hídricos.

Gestión sostenible del agua en el turismo.

Como cada año, el pasado 27 de setiembre se conmemoró el Día Mundial del Turismo. El lema de 2013 fue “Turismo y Agua: Proteger nuestro futuro común” (OMT, 2013a).

En su mensaje oficial el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, señaló (2013):

“(...) Water is indeed one of tourism’s main assets. Millions of people travel around the world to enjoy water destinations, inland and in coastal areas. Water is also one of tourism’s most precious resources. Water powers all tourism industries, hotels, restaurants, leisure activities and transport (...).”¹

De esta manera, destaca que el agua no cumple sólo el rol de atractivo turístico, sino que, como se adelantaba, también es necesaria como insumo para la prestación de distintos servicios turísticos. Por otra parte, el agua está presente en los alimentos que los turistas consumen, y en general sostiene la vida de los ecosistemas que visitan.

¹ “(...) El agua es de hecho uno de los principales activos de turismo. Millones de personas viajan alrededor del mundo para disfrutar destinos acuáticos, en el interior y en las zonas costeras. El agua es también uno de los recursos más preciados del turismo. El agua potencia todas las industrias turísticas, hoteles, restaurantes, actividades de ocio y transporte (...). Traducción propia.

Esa doble función del recurso, está relacionada con sus usos consuntivos y no consuntivos en el turismo (Lasso, 2006b; Lehmann, c2009). Si bien estos conceptos no se profundizarán aquí, deben considerarse a la hora de gestionarlo.

Cabe recordar que, básicamente y en primer lugar, el agua es indispensable para la vida y la salud de las poblaciones. Por otra parte, el agua es un activo fundamental también para otros sectores económicos diferentes del turismo, que la emplean en sus procesos de producción de bienes o servicios, como agricultura, ganadería, industria, minería y construcción, entre otros. Ello puede ocasionar eventuales deterioros de su calidad, o incluso su escasez, lo que a su vez podría resultar en conflictos por su empleo (Lasso, 2006a; Falkenmark y Rockstrom, 2012). Lamentablemente, situaciones de este tipo ya se han manifestado en varios países, y podría esperarse su incremento, dado el exponencial aumento de la población mundial del último siglo, y la acumulación de efectos de distintas actividades humanas que han derivado en el cambio climático y otros problemas ambientales (OMT, 2003).

Es dable remarcar que, para el turismo y en su rol de atractivo, los entornos hídricos deben estar preservados, para cumplir con las expectativas de los visitantes motivados por idearios relacionados al disfrute de lo natural y lo prístino, tal como se expuso anteriormente.

Por lo tanto, la escasez, contaminación, o cualquier otra forma de deterioro de la calidad del agua, son incompatibles con la práctica turística (García González, 2004; Lehmann, c2009) y pueden producir no solo la insatisfacción, sino también la retracción de la demanda, tal como ha sido estudiado en relación a otros eventos del cambio climático (OMT, 2003).

En el caso de emplearla como insumo para la prestación de servicios, mediante tecnologías pueden corregirse problemas relacionados a su calidad, pero la escasez sigue siendo una cuestión preocupante (OMT, 2003).

Ante esta realidad, es indispensable insistir en el uso racional y sustentable de los recursos, fundamentalmente los hídricos, porque:

“a medida que la competencia por el agua aumente, el turismo se verá forzado a justificar sus demandas por el recurso compitiendo con una gama de otros usos, algunos con mayor prioridad. Para sostener esas demandas el turismo deberá demostrar en el uso del agua la aplicación de los principios de las mejores prácticas ambientales (BMP) y la sostenibilidad”(Lasso, 2006b:2).

Por cierto, es mucho lo que podría hacerse para involucrar a todos los actores del sector en su cuidado, y para eficientizar su empleo.

La concientización, tanto de prestadores de servicios turísticos, como de visitantes, residentes y gestores de los destinos, es un fundamental primer paso. Un segundo grupo de acciones debería tender a disminuir el consumo de agua; ello puede lograrse manteniendo en condiciones grifería y red para evitar su desperdicio, instalando sistemas optimizadores de flujo, y haciendo todas las modificaciones para evitar gastos innecesarios, por ejemplo embelleciendo los jardines con plantas que necesiten poca agua, dotando las piscinas de sistemas que la mantengan y recuperen, o disminuyendo la frecuencia de lavado de blanquería.

Por otra parte, la reutilización de aguas grises para riego, permite destinar la potable a usos que la requieran especialmente. Además, debería prestarse especial atención al correcto tratamiento y disposición final de aguas servidas y de desechos, para evitar la contaminación de cursos y reservorios, tanto superficiales como subterráneos (Gutierrez et al., 2005; UNEP, 2003).

Tal como señalara el Secretario General de Naciones Unidas, Ban Ki Moon (OMT, 2013a), la industria del turismo tiene la responsabilidad de salvaguardar y gestionar el agua de manera inteligente, por lo que instó a los establecimientos turísticos a reducir el consumo y mejorar la gestión de desechos.

En este punto también coincidió el Secretario General de la OMT, al manifestar que “siendo una de las principales actividades socioeconómicas del mundo, el turismo debe asumir un papel de liderazgo y garantizar que las empresas y los destinos inviertan en una adecuada gestión del agua en toda la cadena de valor” (OMT, 2013b).

Todo ello debe formalizarse conjuntamente con todos los actores del territorio, los relacionados a turismo y también a las demás actividades económicas que se lleven adelante, residentes y autoridades, y como parte de un proyecto integral de desarrollo.

Sin embargo, es más que oportuno que el máximo organismo de Turismo a nivel mundial haya abierto una vía para la reflexión y la acción respecto de esta problemática. Es también deseable que todos los actores implicados se involucren verdaderamente en el tema, para que el cuidado del agua no quede en una mera enunciación conmemorativa.

Reflexiones finales.

En la ponencia se ha repasado cómo y por qué, a lo largo de la historia del turismo, los atractivos naturales, en especial los hídricos, inspiraron y ocasionaron desplazamientos de la demanda.

Del siglo XVII a la actualidad, la magia del agua, la conciencia sobre su importancia para la vida, el placer de su contemplación y contacto, se han incorporado a motivos más racionales y conectados con el contexto, para determinar la atractividad de los entornos hídricos.

Este proceso de valoración, intrínseco a cada sociedad, ha estado enmarcado por la realidad histórica, cultural, económica, política y tecnológica de cada época. En su permanente construcción, han influido el conjunto de idearios que componen el imaginario turístico, y la constante búsqueda de entornos distintos a los cotidianos. También, actores intencionados que han tenido la posibilidad de intervenir.

De esta manera, mar, ríos, lagos, cascadas y otros paisajes del agua han logrado mantener, más allá del paso de los años y de los cambios, su capacidad de motivar a las personas para viajar hacia ellos.

En el ámbito de la provincia de Córdoba, donde se ha situado la investigación, también tuvo lugar el mencionado proceso. En cada etapa del turismo en su región serrana, esa construcción social ha determinado el atractivo de sus entornos hídricos.

Así, cuando a fines del siglo XIX y comienzos del XX, veranear era una práctica minoritaria, las sierras y sus cursos de agua fueron valorados como componentes de un paisaje que daba marco a una serie de actividades destinadas a disfrutarlo.

A mediados del siglo XX, al tiempo que el turismo incluía a distintos estratos de la sociedad argentina, el descanso y la recreación en ríos, arroyos y embalses contorneados por las sierras, se convirtieron en un símbolo de las vacaciones en Córdoba.

Desde fines del siglo XX, esos atractivos se prefirieron en compañía de otros, y dotados de mayores facilidades. Con el advenimiento del turismo temático, son valorados de diferentes formas. En algunos casos, como escenario imprescindible para el desarrollo de determinadas actividades turísticas; en otros, como componentes del paisaje que los enmarca.

Por último, el agua está presente, aunque de manera menos evidente, como el recurso que permite la práctica de otras temáticas turísticas. En general, además, hace posible una adecuada prestación de servicios a todos los visitantes.

En consecuencia, como atractivo o como recurso, el agua es un elemento crucial en el turismo. Visibilizar esa relación es imprescindible para comprender la importancia de su cuidado, remarcando además que el sector es sólo otro usuario de un elemento que, por distintos motivos, es cada vez más escaso, y a la vez indispensable en todo el conjunto de necesidades y actividades humanas.

Está en claro, entonces, que la problemática del agua y su gestión sustentable no puede abordarse desde el turismo de manera aislada. Volviendo al caso de la provincia de Córdoba, la cuestión de la gestión turística del agua debería contextualizarse dentro de un plan regional integral de manejo ambiental territorial, dirigido a la conservación y el uso sustentable de un recurso crítico.

Lograr la participación de todos los actores del territorio, en pos de un objetivo común, es la mejor forma de gestionar un futuro posible. Allí donde se considere protagonista, bien podría ser el sector turístico quien dé el primer paso, convocando a los demás, para planificar el manejo sustentable del agua.

De esa manera, estaría protegiendo su futuro y el de su comunidad, tal como sugirió el Sr. Taleb Rifai el pasado 27 de setiembre:

“(...)I urge all of you involved in the tourism sector to join our global World Tourism Day campaign. We need to continue to devise innovative solutions to ensure tourism’s contribution to sustainable access to water worldwide. Unless we do so, the quality and quantity of available freshwater will continue to drain, threatening the delicate ecosystems enjoyed by all, tourism included. Water underpins our lives. Let’s protect our common future”²(Rifai, 2013).

Referencias:

Agencia Córdoba Turismo (2006). *Plan Estratégico de Turismo Sustentable Córdoba*. Córdoba: autor.

Agencia Córdoba Turismo (2013). *Revista de promoción turística Verano 2013*. Córdoba: autor.

Bertoncello, R. (2002) Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 6 (2), 29-50. Disponible en: <<http://nulan.mdp.edu.ar>>

Bertoncello, R. (2006) Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina'. En A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo, M. L. Silveira (Eds.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp 317-335). San Pablo: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO. Disponible en línea: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/18berton.pdf>>

Cantero, P. (1998) *La memoria del agua. Valores, usos y representaciones del agua en las ciudades del Sur*. En P. Arrojo e J. Martínez (ed.), Ponencias del Congreso Ibérico sobre Gestión y Planificación de Aguas. El agua a debate desde la universidad: por una nueva cultura del agua, Zaragoza, pp. 65-74. Disponible en: <<http://www.galeon.com/pegalajarcdv/zaraponencantero.pdf>>

²“(...) Insto a todos ustedes involucrados en el sector turístico, para unirse a nuestra campaña del Día Mundial del Turismo. Tenemos que seguir ideando soluciones innovadoras para garantizar la contribución del turismo al acceso sustentable al agua en todo el mundo. A menos que lo hagamos, la calidad y cantidad de agua dulce disponible seguirá disminuyendo, amenazando los delicados ecosistemas disfrutados por todos, turismo incluido. El agua sustenta nuestras vidas. Protejamos nuestro futuro común”. Traducción propia.

- Contreras Gallego, M. (1998). La eficacia simbólica del agua en el ritual cristiano del bautismo. Un enfoque antropológico. *Gazeta de Antropología*, 1998, 14, artículo 08. Disponible en: <http://www.ugr.es/~pwlac/G14_08Manuel_Contreras_Gallego.html>
- Colanutti, F. (2013, noviembre 25) A Córdoba no le falta agua, sino obras para conducirla. *La Voz del Interior*. Córdoba: La Voz del Interior. Disponible en: <<http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/cordoba-no-le-falta-agua-sino-obras-para-conducirla>>
- Día Mundial del Turismo. *Sitio web oficial*: <<http://wtd.unwto.org/es>>
- Falkenmark, M.; Rockstrom, J. (2012). Balancing Water for Humans and Nature. The new approach in ecohydrology. Earthscan. London. UK. Parcialmente disponible en: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vkhtiv8xRAcC&oi=fnd&pg=PR11&dq=ecohydrology&ots=t_DnY1tINg&sig=IJ-rev0u2gVVdwO2OTec7imUA7Q>
- García González, L. (2004). Agua y turismo. Nuevos usos de los recursos hídricos en la península Ibérica. Enfoque integral. *Boletín de la A.G.E.* N.º 37, 239-255. Disponible en: <<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/930138.pdf>>
- Gonzalez Fernandez, M. (2010) *Transformaciones Económicas y Sociales en las Zonas de Montaña. El Caso de Picos de Europa*. Disponible en: <http://www.fedme.es/salaprensa/upfiles/661_F_es.pdf>
- Gutierrez, E.; Lamoureux, K.; Matus, S. & Sebunya, K. (2005). *Linking Communities, Tourism & Conservation. A Tourism Assessment Process*. Washington: Conservation International and The George Washington University. Disponible en: <http://www.conservation.org/Documents/CI_ecotourism_tourism_assessment_process_manual.pdf>
- Hiernaux-Nicolas, D. (2002) Turismo e imaginarios. En: *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. Cuaderno de Ciencias Sociales, 123, pp7-35. Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Disponible en: <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/costar/cua123.pdf>>
- Larrinaga, C. (2007 diciembre) *De las playas frías a las playas templadas: la meridionalización y popularización del turismo de ola en España en el siglo XX*. Ponencia en 1er. Congreso Latinoamericano de Historia Económica. 4ta Jornadas Uruguayas de Historia Económica CLADHE I - IV JUHE. Montevideo, Uruguay. Disponible en: <audhe.org.uy>
- Lasso, R. (2006a). *El agua, los ecosistemas y la gente*. Material de cátedra para Curso de Posgrado Turismo, ambiente y recursos hídricos. Centro de Estudios Avanzados. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Lasso, R. (2006b). *El agua y la infraestructura turística*. Traducción y adaptación del trabajo homónimo de Pigram, John. Material de cátedra para Curso de Posgrado "Turismo, ambiente y recursos hídricos". Centro de Estudios Avanzados. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Lehmann, L. V. (c2009). The Relationship between tourism and water in dry land Regions. *Proceedings of the Environmental Research Event 2009*, Noosa, QLD. Disponible en: <<http://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:179617>>
- Mantero, J.C. (2002) Del turismo en Argentina al postturismo en Buenos Aires. Devenir del turismo en Argentina. Actualidad y prospección del turismo en Buenos Aires. *Turismo I*, 2(1).
- Moreno, J.C. (2010, febrero 28) La reforma agraria y un modelo de país. *La Voz del Interior, suplemento Temas*. Córdoba: La Voz del Interior. Disponible en: <http://archivo.lavoz.com.ar/suplementos/temas/10/02/28/nota.asp?nota_id=594279>
- Organización Mundial del Turismo. *Sitio web oficial*: <<http://unwto.org/es>>
- Organización Mundial del Turismo(1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: autor.
- Organización Mundial del Turismo(2003). *Climate Change and Tourism*. Madrid: autor. Disponible en <<http://www.e-unwto.org>>
- Organización Mundial del Turismo (2013a). *Cuenta atrás para el Día Mundial del Turismo 2013*. Comunicado de prensa. Madrid: autor. Disponible en: <<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-09-20/cuenta-atras-para-el-dia-mundial-del-turismo-2013>>. Consulta: 15 de octubre de 2013.
- Organización Mundial del Turismo (2013b). *Día Mundial del Turismo sobre «Turismo y agua»: hace falta un mayor esfuerzo para conservar el agua*. Comunicado de prensa. Madrid: autor. Disponible en: <<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-09-30/dia-mundial-del-turismo-sobre-turismo-y-agua-hace-falta-un-mayor-esfuerzo-p>>. Consulta: 17 de octubre de 2013.
- Otero, A.; Gallego, E.; Dupén, M. (2011) *Los procesos de transformación del territorio del corredor Siete Lagos en el escenario del post-turismo: urbanizaciones incompletas y sus impactos territoriales*. Ponencia en XI Jornadas

- Nacionales y V Simposio Internacional de Investigación-Acción en Turismo."Consolidar el saber para la acción en Turismo". Mar del Plata, 21 al 23 de setiembre de 2011. Disponible en: <<http://www.ceplades.com.ar/ce/images/stories/congresos/urbanizaciones%20incompletas%202011.pdf>>
- Ramírez, L. (2011). *Turismo, naturaleza y territorio. El turismo termal en la localidad de Federación* (Provincia de Entre Ríos, Argentina). Tesis de maestría. Mar del Plata: UNMDP. Disponible en: <<http://nulan.mdp.edu.ar/1459/>>
- Rapetti Romano, A.M. (1995) *Vivencias de un paisaje*. Córdoba: Ed. Cre-Arte
- Reyna, S; Reyna, T. M.; Orso, M.; Reyna, E. & Lábaque, M. (c2005) *Plan de gestión de los recursos hídricos de la provincia de Córdoba*. Córdoba: Dirección Provincial de Aguas Sanitarias.
- Rifai, T. (2013, setiembre). *Mensaje oficial por la celebración del Día Mundial del Turismo*(en video). Madrid:OMT.Disponible en: <<http://wtd.unwto.org/es>>. Consulta: 17 de noviembre de 2013.
- Troncoso, C. & Louis, C. (2005) Conocer la patria es un deber: promoción turística en las páginas de Visión de Argentina (1950).*GEOUSP. Espaço e Tempo*, N° 17, 185 – 205. Disponible en: <http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/Geousp/Geosp17/Intercambio2_Troncoso.pdf>
- UNEP. United Nations Environment Programme (2003). *A manual for Water and Waste Management: what the Tourism Industry can do to improve its performance*. Paris: autor. Disponible en: <<http://wtd.unwto.org/es/content/publications-factsheets-and-links-sp>>
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Editorial Universidad San Martín de Porres.
- Venturini, E. (2007) *100 años de historia del turismo en la República Argentina. Provincia de Córdoba. Planilla de información integrada a nivel provincial período 1907 – 2007*. Córdoba: Agencia Córdoba Turismo. Disponible en: <<http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/subpagina.asp?IdSeccion=3&IdSub=69>>
- Walligre, N. (2007) *Historia del turismo argentino*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas