Buen trabajo. Interesante planteo del tema y correcta utilización de los contenidos teóricos del seminario. Texto ordenado.

**Asignatura:** Estudios regionales

**Docentes Responsables**: Dra. Andrea Lluch y Dra. María Dolores Linares

STEFANAZZI ARZE, ANA FLORENCIA

**INTRODUCCIÓN**

La provincia de La Pampa integra la región patagónica desde 1996 y en ese marco, forma parte de una región turística nacional, la Patagonia Argentina.

En la Cumbre de Gobernadores Patagónicos, realizada el 25 y 26 de junio de 1996 en Santa Rosa (La Pampa), los seis representantes de los gobiernos de las provincias de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur; Santa Cruz; Chubut; Río Negro; Neuquén y La Pampa, firmaron el Tratado Fundacional para la creación de la Región Patagónica.

Los principales artículos del Estatuto de la Región son:

Art. 1: “Las Provincias Patagónicas, constituidas como Región, mediante el Tratado Fundacional de la Región de la Patagonia, en el pleno ejercicio de las facultades consagradas a éstas por la Constitución Nacional, a fines de avanzar en un proceso de mutua cooperación e integración, fundado en la solidaridad interprovincial y en las comunes problemáticas e intereses que las unen, convienen en regirse por lo establecido en dicho Tratado Fundacional, por el presente Estatuto y las normas de carácter regional que en su consecuencia se dicten”.

Art. 2: “La Región de la Patagonia se constituye como un ámbito de unión de voluntades políticas para la concreción de intereses comunes en relación a la región, en su propio beneficio y en el de cada una de las Provincias integrantes como así también ante el Gobierno Federal. La pertenencia de los Estados provinciales a la Región no afecta su autonomía ni la de sus municipios y el pleno ejercicio de sus competencias políticas con sagradas en la Constitución Nacional y en sus respectivas Cartas Magnas”.

Art. 4: “El territorio de la Región de la Patagonia está conformado por las provincias de La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, abarcando el subsuelo, el Mar Argentino adyacente y el espacio aéreo correspondiente”.

Como puerta de la Patagonia Argentina, La Pampa ha consolidado un proceso de integración, trazando vínculos para conformar una unidad regional definitiva.

Así mismo, a partir de la firma del tratado fundacional, se crea el Ente Regional Oficial de Turismo "Patagonia Argentina”, integrado por los Organismos Oficiales de Turismo de las provincias de La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Los motivos que inspiraron la creación del Ente Patagonia fueron, entre otros, "la construcción, equipamiento y mantenimiento de aeropuertos, puertos marítimos, terminales de ómnibus y estaciones ferroviarias y lacustres, ampliación de los vuelos regulares de las aerolíneas oficiales y privadas y su vinculación y la integración regional". Acciones que tienen total vigencia en estos tiempos.

A partir de la integración turística de La Pampa a la región Patagónica, es interesante plantearnos, como gestores de la actividad turística, cómo relacionarnos con las demás provincias, así como identificar los “puntos”que nos diferencian y suman valor turístico a La Pampa.

Así, el objetivo planteado para el presente trabajo es:

* Identificar los atractivos turísticos que distinguen a La Pampa de las demás provincias que conforman la región patagónica.

Para el logro de este objetivo debemos conocer las definiciones de Espacio Geográfico, Atractivo Turístico y Región, y problematizar la relación entre ellas para el caso específico de La Pampa.

**DISCUSIÓN TEORICA**

Siguiendo los lineamientos de Bailly y Begun sobre la geografía humana, el espacio geográfico es parte constitutiva de las sociedades humanas, impone a los hombres sus reglas y les otorga recursos necesarios para su manutención, mientras a su vez las sociedades humanas se apropian de él como medio de vida: “a este espacio, las sociedades lo remodelan permanentemente, fabricando así a su medida, la diversidad, la diferencia y la organización de la superficie de la tierra. Haciendo esto, ellas recrean cada día el territorio de los hombres” (Bailly y Begun, 1982:192).

Al momento de definir atractivo turístico, tomamos la definición de Nélida Chan, que dice que “los atractivos son bienes o manifestaciones con capacidad de motivar o inducir el viaje o, lo que es lo mismo, el desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual o temporaria al espacio donde está emplazado el bien o manifestación en cuestión”. Por ejemplo, la Reserva Provincial Parque Luro en la provincia de La Pampa.

Los atractivos pueden ser naturales o culturales. Son naturales cuando se trata de bienes o manifestaciones relacionados con la naturaleza como accidentes geográficos, flora, fauna, etc. Son culturales aquellas manifestaciones cuya existencia depende del hombre: museos, monumentos, fiestas, etc.

Los atractivos se consideran centrales, complementarios, periféricos o de entorno en función de tres parámetros: el tipo de atractivo, su relevancia y su localización. (Nélida Chan, Circuitos Turísticos. Programación y Cotización. Ediciones Turísticas, 2005)

Sobre el concepto de región es importante recordar que, etimológicamente, hace referencia a una división del espacio de tamaño variable y se asocia con las partes de un área mayor. Los principios explicativos se podrían encontrar en la idea de diferenciación con el exterior y cierta homogeneidad y uniformidad espacial hacia el interior de la región. Hace referencia a la división de un espacio mayor en partes de tamaño variable según diferentes criterios, que fueron tomando mayor o menor relevancia a lo largo del tiempo.

Evidentemente, como expresa Roccatagliata (1992), hay pocos temas tan discutidos y a su vez de mayor factura geográfica como el concepto de región. Este autor nos recuerda que la región se basa en dos principios: la uniformidad y la funcionalidad, proponiendo así dos tipos de regiones, las homogéneas o uniformes (también llamadas formales) y las funcionales (también llamadas nodales). Estos dos principios muchas veces se encuentran combinados y reflejan determinadas formas de organización del espacio.

Las regiones formales son espacios en los cuales se observan fenómenos que podríamos catalogar como homogéneos –u homogeneizantes– como por ejemplo una lengua común, actividad económica diferenciada, características bioclimáticas, etcétera. . Las homogéneas, también denominadas uniformes o formales, responden a la concurrencia entre varios fenómenos, que pueden incluir condiciones naturales, actividad económica, lengua, religión, etcétera.

Las regiones funcionales, por otra parte, se basan en unos principios de organización espacial especial, ya que suponen la existencia de una red urbana jerarquizada en función de actividades económicas, población, redes y movilidad. Se forman a partir de la interdependencia de estas urbes, es decir que ya no se trata de unidades homogéneas sino diferentes que se complementan a partir de un sistema jerárquico. Por otro lado, las regiones funcionales, también llamadas polarizadas o nodales, obedecen a principios de organización espacial como redes urbanas, población, accesibilidad, movilidad, flujos, jerarquías medidas en términos de actividades, etcétera. De esta manera, la región funcional se expresa especialmente por su centro nodal y las redes que lo atraviesan, más que por sus límites.

Estas dos maneras de entender la región no son antagónicas, y la combinación de ambas puede ser de utilidad a la hora de analizar y comprender cualquier porción de la superficie terrestre.

El concepto de región, por otra parte, necesita una determinación escalar: como podrán observar en su vida cotidiana, una región podría delimitar la mitad de un continente (Latinoamérica, por ejemplo), parte al interior de un Estado país o un área de producción específica, un bloque económico formado por varios países (incluso en distintos continentes) o un grupo de ciudades contiguas. Junto con la determinación escalar, es fundamental la periodización de la región, es decir, la determinación temporal del mismo.

Los sentidos/usos de la región

Ahora bien, si el término región hace referencia a un espacio comprendido que posee cierta homogeneidad al interior (que puede ser evidenciable, por ejemplo, en el paisaje) diferenciándolo del exterior, resultado de la aplicación de criterios, la pregunta que nos hacemos es: ¿para qué se hace? ¿qué usos tiene la acción de regionalizar?. Como expresa Benedetti (2009), la región marca finalmente conjuntos de pares dicotómicos: identidad/alteridad, inclusión/exclusión, divisiones que no necesariamente son realizadas con el fin de controlar el espacio y sus recursos, como en el caso de la territorialización, sino que puede realizarse para múltiples objetivos. En la tradición de la geografía argentina, este autor nos recuerda que la región ha sido utilizada con diversos fines (Benedetti, 2009). Uno de ellos es el epistemológico, es decir, el empleado en estudios académicos de ciencias sociales con el fin de reconstruir ámbitos espaciales diferentes a los de la nación o las provincias, que permitan dar cuenta de configuraciones espaciales que escapan de los límites políticos-administrativos. Se deriva de este uso el segundo que enumera y describe el autor: el educativo/escolar, que divide las regiones geográficas del país, generalmente en cinco (aunque también llegaron a ser ocho) macro-regiones ya clásicas: Noreste argentino (NEA), Noroeste argentino (NOA), región pampeana, Cuyo y región patagónica.

Otro uso es el toponímico; que se trata de usar la región como un nombre, una “marca”, para promover la unidad geográfica, aunque no exista una política regionalista concreta detrás. Los nombres, más allá de representar regiones, pueden transformarse en una imagen corporativa o una apelación de origen. Un claro ejemplo puede ser el uso turístico que se realiza de las divisiones regionales, en donde “Patagonia Argentina” o “Cuyo” simbolizan mucho más que una unión de provincias al interior de la Argentina sino también paisajes para visitar, delicias gastronómicas, recorridos por viñedos, deportes de nieve, etcétera. Muy vinculado a éste último, el autor reconoce también un uso folclórico de la región que se utiliza generalmente para la promoción del turismo. Así, la música regional, las artesanías regionales o las comidas regionales forman parte de una oferta turística que presenta a la región como una unidad cultural diferenciada del resto del territorio nacional.

Existen para el autor (Benedetti) otros dos usos que también están muy relacionados entre sí: el planificador y el organizador de la administración pública. El uso planificador es realizado por organismos gubernamentales nacionales e incluso internacionales, con el fin de aplicar alguna política concreta destinada al desarrollo de una región en particular o de varias. Existieron así planes de inversiones, energéticos o turísticos que se basaron en la división de regiones para su puesta en funcionamiento. Por otro lado, en la administración pública se ha observado cómo diferentes gobiernos realizan una compleja trama de divisiones que no responde esencialmente a las fronteras provinciales. Un ejemplo de esto puede ser la regionalización realizada por el Consejo Federal de Turismo para el caso de las regiones turísticas en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo, y otro puede ser el de parques nacionales (regiones discontinuas).

Ahora bien, más allá de estos usos muy específicos para la práctica política, administrativa, estadística o turística argentina, cabe preguntarse por su uso desde los ámbitos académicos de las ciencias sociales. Retomando la pregunta que planteamos en la primera clase: ¿Para qué nos sirve el concepto de región? Benedetti propone tres sentidos o usos de este concepto desde el análisis de las ciencias sociales, esto quiere decir, tres usos que siempre deberemos tener en cuenta a la hora de realizar una investigación académica:

* La región como división territorial e instrumento de gestión: el ejercicio de administración, ordenamiento territorial y diferenciación por áreas por parte de un agente social puede conformar una región dentro de un territorio más amplio. La región resultante dependerá de los objetivos y de las relaciones de poder de los agentes, formándose regiones autónomas, regiones plan o programáticas, regiones-redes para propagar acciones territoriales, etcétera. En este caso, las regiones derivan de un ejercicio de ordenamiento territorial y diferenciación por áreas (regionalización), dentro de un determinado territorio, por parte del agente social que controla ese ámbito geográfico. Así, cada región tendrá una clara función territorial (de ejercicio de poder, ya sea económico, simbólico o institucional) dentro de un todo y estará subordinada a un centro de comando. Este tipo de regionalización se podría catalogar como vertical desde arriba, aún cuando en su conformación, conlleve procesos de negociación con las identidades y poderes locales.
* Región como construcción política e identitaria: este tipo de región se forma en base a movimientos de anclaje territorial, de ideologías que se definen por argumentos territoriales cuyo objetivo es perfilar una identidad, en muchos casos simplemente construyendo o reconstruyendo una otredad, un “otro” a quién enfrentar su auto-identificación. Se relaciona así con los regionalismos, localismos o nacionalismos. La región proviene entonces de los sentimientos de pertenencia a un ámbito sub-nacional –o transnacional, como en el caso de la comunidad mapuche, por ejemplo- y de las acciones tendientes a ejercer relaciones de territorialidad de los colectivos interesados. En este caso es evidente que la región será un producto propiciado “desde abajo” mediante la confrontación de un poder subordinado a otro hegemónico.
* La región como instrumento conceptual: como vimos anteriormente, el concepto de región ha sido, para distintas disciplinas de las ciencias sociales como la economía, la historia, la ciencia política, “objeto de estudio (realidad ontológica, objetiva), instrumento metodológico (herramienta para comprender determinada lógica organizativa), o bien categoría empleada para reconocer tanto diferencias existentes en la superficie terrestre como las ideas formadas socialmente sobre esas diferencias” (Benedetti, 2009). La región, en este sentido, se refiere a una “creación”, es decir, un recurso metodológico útil para la investigación en ciencias sociales. Y es en este punto en el cual aparece un concepto fundamental, el de regionalización.

La regionalización no es solamente una manera de organizar las diferencias encontradas en un territorio y las maneras en que estas diferencias son transmitidas, representadas y narradas. Tampoco es una actividad exclusiva de agentes interactuando en diferentes relaciones de poder (como el caso de la territorialización) sino de investigadores en ciencias sociales que intentan acercarse a su objeto de estudio y deben, para eso, espacializar las relaciones sociales. Como explica Werlen (2012), las diferentes disciplinas de la geografía tienden, primero, a definir, delimitar, diferenciar los espacios para luego observar las acciones sociales que allí transcurren, re-actualizando metodológicamente las nociones de la región –o el espacio- como contenedor, como el marco de referencia.

Ahora bien, retomando las definiciones y conceptos teóricos de Espacio Geográfico, Atractivo Turístico y Región, analizando la relación que existe entre ellos y la integración de La Pampa a la región Patagónica se puede plantear, para este caso: ¿Para qué regionalizar? ¿Por qué formar parte de una región turística como la Patagonia? ¿Qué aporta La Pampa en términos turísticos a la región Patagónica?.

Asimismo, teniendo en cuenta la región y su uso toponímico, para el caso del turismo, formar parte de la Patagonia: ¿sirve como marca? ¿sirve como imagen corporativa para promover la unidad geográfica?.

Pensando en el uso planificador o como organizador de la administración pública, que expresa Benedetti, formar parte de una región turística: ¿sirve para desarrollar políticas de desarrollo y de promoción?.

De la misma forma, es interesante analizar el uso de la región desde el punto de vista de las ciencias sociales; es decir, los usos de la región que deberíamos tener en cuenta a la hora de realizar una investigación académica, pensando a la investigación como una aliada al momento de llevar adelante políticas de desarrollo turístico, estudios que sirven como herramientas y fundamentos teóricos al momento de la toma de decisiones.

**TEMA PROPUESTO**

A partir de las definiciones técnicas de espacio geográfico, atractivo turístico y región, y su análisis relacionado con el ámbito turístico, podemos empezar a identificar cuáles son los atractivos que turísticamente hacen competitiva a La Pampa con respecto al resto de la Patagonia. De este modo, podemos identificar el paisaje de La Pampa y buscar las características del mismo que hacen competidor al turismo como actividad con respecto a las demás provincias patagónicas.

Según Roberto Boullón (2006), la existencia del tipo de paisaje (el natural y el urbano), depende de la presencia de un observador sensible. Sin el hombre, el paisaje desaparece, lo que significa que el paisaje se va con el observador porque no es más que una idea de la realidad que éste elabora cuando interpreta estéticamente lo que está viendo. Por tanto, para que haya paisaje hace falta que se produzca un encuentro, en el que un sujeto sensible dispuesto a observar se enfrente a un objeto que debe tener cualidades estéticas.

De acuerdo a las definiciones de Boullón, se podría planificar un desarrollo turístico en La Pampa, desde un análisis del paisaje, el cambio de percepción y un observador sensible.

La tarea de los pampeanos sería contarle al visitante como está conformado el paisaje pampeano, a través de sus recursos naturales y poner en valor, además, aspectos culturales y sociales de la idiosincrasia pampeana.

Potenciar los recursos naturales a partir de la llanura, el bosque de caldén, los atardeces, el cielo infinito y a través de una historia -un guión turístico- motivar al visitante a que elija La Pampa para quedarse y disfrutar de sus recursos, y no solo que circule o pase por ella como punto de tránsito hacia un destino o atractivo turístico final.

**DESARROLLO**

Para pensar en la provincia como región integrada a la Patagonia, deberíamos analizar los motivos que llevaron a los gobernadores a firmar el Tratado Fundacional para la creación de la Región Patagónica, que fueron aquellos que también motivaron la creación del Ente Oficial de Turismo Patagonia Argentina.

Según el estatuto fundacional del Ente Regional, en su artículo 1° establece que dicha institución tiene conferida la facultad de promover y coordinar la actividad turística recreativa oficial y privada patagónica, en base a objetivos y políticas concordantes y concurrentes al desarrollo económico y social armónico de la región.

Algunos de sus objetivos y políticas llevadas a cabo son:

- Intensificar la vinculación entre los organismos oficiales de turismo de la Región y las confederaciones o asociaciones de la actividad privada, para aumentar la afluencia de turistas, abaratar los costos de promoción, integrar los esfuerzos técnicos y profesionales, unificar los circuitos turísticos, defender y acrecentar el inventario turístico, tender a la oferta conjunta de bienes y servicios, propugnar medidas de conservación y defensa del medio ambiente, intercambiar experiencias e iniciativas y cualquier otra acción de mejoramiento y acrecentamiento de las actividades turísticas y recreativas.

- Proponer la mejora, promoción y apertura de circuitos de lagos y montañas, marítimos, caza y pesca, termales, históricos, culturales, arqueológicos, flora y fauna, artesanales y cualquier otra característica de interés turístico.

- Apoyar y fomentar medidas de urbanización y regulación del medio ambiente, conservación y preservación de los recursos renovables y no renovables, arqueológicos, históricos y culturales en general.

- Apoyar y fomentar programas de turismo y recreación tendientes al conocimiento de la Región y el País por parte de los pobladores locales.

- Fomentar, propiciar, promover, coordinar, convenir, apoyar o facilitar según el caso, las siguientes acciones concurrentes de organismos oficiales y privados:

* Construcción y mantenimiento de rutas y caminos en general.
* Construcción, equipamiento y mantenimiento de aeropuertos, puertos marítimos, terminales de ómnibus y estaciones ferroviarias y lacustres.
* Ampliación de los vuelos regulares de las aerolíneas oficiales y privadas y su vinculación e integración regional.
* Incremento y mejora de la señalización en rutas, caminos y accesos en general, respondiendo al sistema de señalización turística vial.
* Libre tránsito interjurisdiccional del transporte terrestre turístico de acuerdo a las normas nacionales y particulares de cada una de las jurisdicciones involucradas.
* Tarifarios de los servicios turísticos en general concordantes con la calidad y honestidad profesional y comercial que correspondan y preparados con suficiente antelación para una comercialización adecuada.
* Actividades deportivas y convenciones en general.
* Capacitación y concientización turística de los recursos humanos y de la población y viajeros.
* Calendario turístico integrado; información turística homogénea; campañas de promoción en común.

Asimismo, el Ente “Patagonia Argentina”, tiene como premisa la defensa y valorización de un espíritu de cooperación y concertación que posibilita aunar y asociar las particularidades culturales de la región, promoviendo las mismas en procura de potenciar el desarrollo de la región y sus habitantes.

De esta forma, identificando los recursos naturales y culturales que destacan a la provincia de La Pampa, y a través de un trabajo en conjunto con el Ente Oficial de Turismo Patagonia Argentina, haciendo cumplir los objetivos y políticas turísticas se estaría en condiciones de establecer estrategias para lograr el posicionamiento de La Pampa en el mapa turístico nacional, así como lograr una provincia turísticamente competitiva con respecto a las demás provincias que conforman la región.

En ese marco, a los fines del presente trabajo, se pueden identificar los recursos naturales y culturales con los que cuenta La Pampa, capaces de ser puestos en valor y que, cuando se produzca el “encuentro” entre un sujeto sensible dispuesto a observar un objeto, tengan ciertas cualidades estéticas, que hagan que ese observador pueda interpretar lo que está viendo (Boullon, 2006).

Recursos Naturales:

* Bosque de caldén
* Atardeceres – Puestas de sol
* Fauna autóctona (aves, guanacos, zorros, maras, puma, ñandúes, entre otros) y fauna introducida (ciervo colorado, jabalíes)
* Bardas
* Rio Colorado
* Sierras de Lihuel Calel
* Lagunas y salitrales

Recursos culturales:

* Historia indígena
* Historia de inmigrantes
* Gastronomía local
* Fiestas populares
* Colonia Menonita
* Tradiciones gauchescas

Una vez identificados los recursos naturales y culturales, se podría planificar un desarrollo turístico en La Pampa, desde un análisis del paisaje, el cambio de percepción y un observador sensible.

Por otro lado, se deberá buscar contarle al visitante como está conformado el paisaje pampeano, a través de sus recursos naturales y poner en valor, además, aspectos culturales y sociales de la idiosincrasia pampeana; esto se logrará a través de un relato o un guión que ayude al turista a interpretar lo que está observando.

Logrando una planificación turística desde esta perspectiva y sumado a la oportunidad de ser miembro del Ente Oficial de Turismo es posible analizar las fortalezas de la regionalización turística y la posibilidad de incluir a La Pampa en el mapa turístico nacional e internacional.

Tomando los dos principios en los que se basa la región según Roccatagliata: la uniformidad y la funcionalidad, propone dos tipos de regiones: las homogéneas o uniformes (también llamadas formales) y las funcionales (también llamadas nodales).

Para el caso de la Patagonia, sería una región formal debido a que las seis provincias que la componen tienen una lengua común, características bioclimáticas y geográficas similares, características históricas marcadas por los mismos pueblos indígenas (en su mayoría tehuelches y mapuches) y actividades económicas (ganadería extensiva, minería).

Según declaraciones del profesor Luis Roldán para La Pampatagonia y reproducido en un documento escrito por la FuChad (Fundación Chadileuvu) [[1]](#footnote-1) “... la baja densidad de población, el clima, el suelo, la flora y la fauna de las dos terceras partes del territorio pampeano definidos como árido o semiárido, el producto bruto geográfico donde impera el sector primario, nos define como provincia con características netamente patagónicas."

Asimismo, Roldán expresa: "Pero por si esto fuera discutible creo que somos Patagonia porque hay todo un pasado común por nuestros indígenas, por una misma operación militar de conquista, una colonización y un posterior despoblamiento que es similar y en algunos casos idéntico. Porque existe además un presente cargado de carencias, dificultades y deficiencias que nos preocupa al conjunto. Porque este desierto sin poner en producción plena, y estos espacios vacíos no sólo nos duelen sino que hacen tremendamente vulnerable nuestra soberanía."

Del mismo modo, se puede asociar a una región funcional, basada en una organización espacial especial que supone la existencia de una red urbana jerarquizada en función de actividades económicas, población, redes y movilidad. Es decir, las urbes se complementan a partir de un sistema jerárquico. De esta forma, ciudades como Santa Rosa, Neuquén, Viedma, Bariloche, Rawson, Rio Gallegos, Calafate y Ushuaia ejercen como centros nodales y obedecen a principios de organización espacial como redes urbanas, población, accesibilidad, movilidad, flujos, jerarquías medidas en términos de actividades y de turismo. Así, por ejemplo se habla de Santa Rosa como “puerta de entrada a la Patagonia”, y como “puerta de la Patagonia Argentina”; La Pampa ha consolidado un proceso de integración, trazando vínculos para conformar una unidad regional definitiva.

Entonces, los principios de uniformidad y funcionalidad se combinan y reflejan determinadas formas de organización del espacio; lo que nos permitirá analizar y comprender a la región Patagónica desde la planificación del Turismo.

Así como es importante identificar los recursos naturales y culturales, es necesario conocer las características de esa persona “observador sensible”, según Boullón, que se va a motivar y permitirá que se produzca el “encuentro” en el espacio geográfico.

Para ello, es significativo analizar las características del turista argentino y conocer de antemano, según sus preferencias, que destinos elige para vacacionar en nuestro país.

Haciendo una amplia lectura y breve análisis del Plan de Marketing de Turismo Interno (conectAR) Argentina 2014 - 2016[[2]](#footnote-2) el turista argentino viaja cada vez más por su país; es “escapista”, es decir que hace viajes cortos aprovechando feriados y fines de semana largo; viaja por motivos recreacionales y por placer y el mayor medio de movilidad para realizar los desplazamientos es el automóvil particular. Asimismo, siguiendo con el análisis de sus características, mayormente viaja en familia y organiza el viaje por su cuenta remitiéndose a recomendaciones de amigos o familiares y/o comentarios en internet o redes sociales.

Por otro lado, los destinos más elegidos por los argentinos, según la tipología de viaje: vacaciones o escapadas son: en 1° lugar la ciudad de Buenos Aires y en 2° lugar Córdoba y la Patagonia Argentina.

De esta forma se podrá pensar en políticas turísticas que conviertan a La Pampa en una provincia turística, capaz de motivar la estadía de los visitantes y que no solo sea identificada como una provincia de paso hacia destinos turísticos de mayor relevancia, tanto para el turismo nacional como internacional.

**CONCLUSIÓN**

A pesar de pertenecer a una región homogénea y a la vez funcional como es la región patagónica, con características similares desde lo geográfico, lo cultural y lo social, podemos diferenciarnos a partir de los recursos naturales y culturales identificados, conformando un paisaje característico como provincia y capaces de motivar el desplazamiento de los visitantes. Asimismo, tomando el principio de funcionalidad de la Patagonia, se podría considerar y potenciar a La Pampa como puerta de entrada a la Patagonia.

A partir de las premisas establecidas en el Estatuto Fundacional de la Región Patagonia así como en los objetivos de creación del Ente Oficial de Turismo Patagonia Argentina, se pueden establecer acciones conjuntas a partir de las similitudes identificadas como región; pero diferenciarnos a partir de los recursos, que se relacionan más con la noción de “pampa” o “llanura” y así despegarnos de las demás provincias, donde sus principales recursos naturales se identifican con la cordillera y el mar, convirtiéndose en los principales atractivos turísticos del resto de la región.

Desde el punto de vista de la demanda, y analizando el comportamiento del turista argentino, según el Plan de Marketing conectAR Argentina 2014-2016, las políticas turísticas de La Pampa deberán atraer al turista que usa su automóvil, tanto para vacacionar como para realizar “escapadas” de fin de semana y pasa por la provincia cuando viaja hacia algún otro destino de la Patagonia. En esta cuestión cumple un rol importante el Ente de Turismo, como institución que tiene conferida la facultad de promover y coordinar la actividad turística recreativa oficial y privada patagónica, en base a objetivos y políticas concordantes y concurrentes al desarrollo económico y social armónico de la región.

A partir de identificar los recursos en el espacio geográfico, capaces de atraer a un observador sensible, y a través de una planificación estratégica y de políticas turísticas sostenidas en el tiempo, con la participación e involucramiento de todos los actores, se podrán convertir esos recursos en atractivos turísticos capaces de motivar o inducir el viaje o, lo que es lo mismo, el desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual o temporaria al espacio donde está emplazado el bien o manifestación en cuestión.

Así se podrá lograr que esos atractivos turísticos en sí mismos formen un complemento al paisaje de la región patagónica en su conjunto; y es aquí donde juega un rol destacado el Ente Regional de Turismo Patagonia Argentina; con más de 40 años de realizar acciones concretas con el objetivo de reafirmar la identidad regional patagónica y de consolidar la integración que permita aportar soluciones a las necesidades comunes.

**BIBLIOGRAFÍA**

* Aráoz, F (1991). *La Pampa Total. Aspectos geográficos. Apuntes para una geografía humana de La Pampa*: Subsecretaría de Educación. Gobierno de La Pampa
* Benedetti A (2008). Los usos de la categoría región en el pensamiento geográfico argentino: CONICET, Universidad Nacional de Jujuy y Universidad de Buenos Aires
* Boullón, R (2006). *Planificación del Espacio Turístico*: Editorial Trillas Pág. 97 – 108
* ConectAR Plan de Marketing de Turismo Interno Argentina 2014 – 2016: <http://www.fepi.com.ar/web/wp-content/uploads/2014/08/ConectAR-Plan-de-Marketing-de-Turismo-Interno-2014-VERSION-FINAL.pdf>
* Ente Regional Oficial de Turismo Patagonia Turística: <https://patagonia.gob.ar/>
* La Pampa es Patagonia (2019). Fundación Chadileuvú: <http://www.chadileuvu.org.ar/fuchad/index.php/doc-de-la-fuchad/1476-la-pampa-es-patagonia>
* Mapa turístico de La Pampa: <https://www.region.com.ar/mapas/map_carretero.htm>
* Tratado Fundacional de la Región Patagonia: <http://www.saij.gob.ar/LPZ0002443>
1. <http://www.chadileuvu.org.ar/fuchad/index.php/doc-de-la-fuchad/1476-la-pampa-es-patagonia> [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://www.fepi.com.ar/web/wp-content/uploads/2014/08/ConectAR-Plan-de-Marketing-de-Turismo-Interno-2014-VERSION-FINAL.pdf> [↑](#footnote-ref-2)