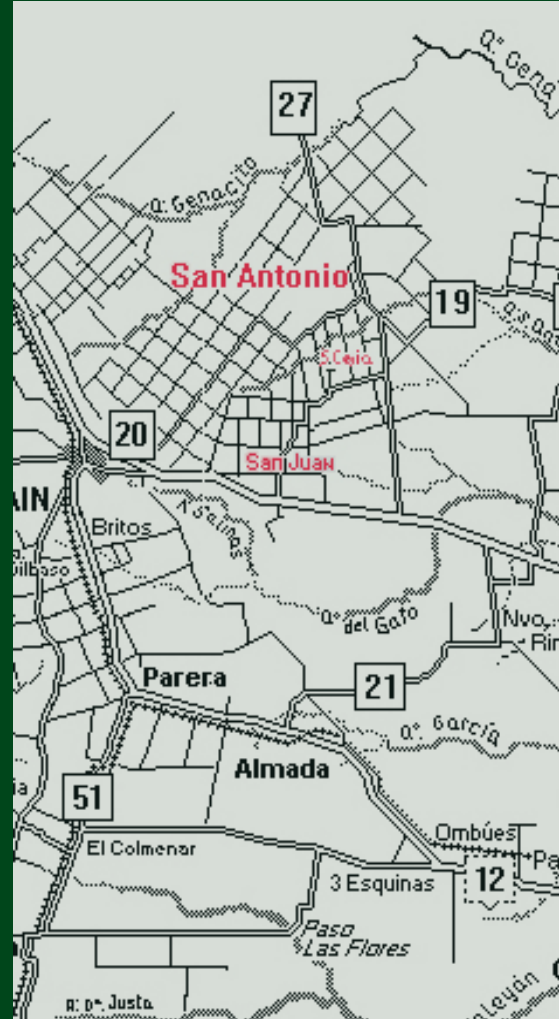


Herramientas para el desarrollo de nuevos circuitos de turismo cultural



El patrimonio tangible e intangible de las aldeas alemanas del Volga en Argentina (Dpto. de Gualeguaychú, Provincia de Entre Ríos)



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo

Dr. Fernando Lucero Schmidt

Instituto de Medio Ambiente y Ecología - IMAE

Dra. Genoveva de Mahieu

Trabajo realizado para el Posgrado en Turismo Cultural, Universidad de Barcelona, España, 2005. Registro Derecho Autor N° 449958

Tesista

Claudia Toselli (Universidad del Salvador, Argentina)

Tutor

Cristina Yáñez (Universidad de Barcelona, España)

Co-Tutor

Genoveva de Mahieu (Universidad del Salvador, Argentina)

Fotografías

Arturo Fabián Godoy

Javier Broggi

Claudia Toselli

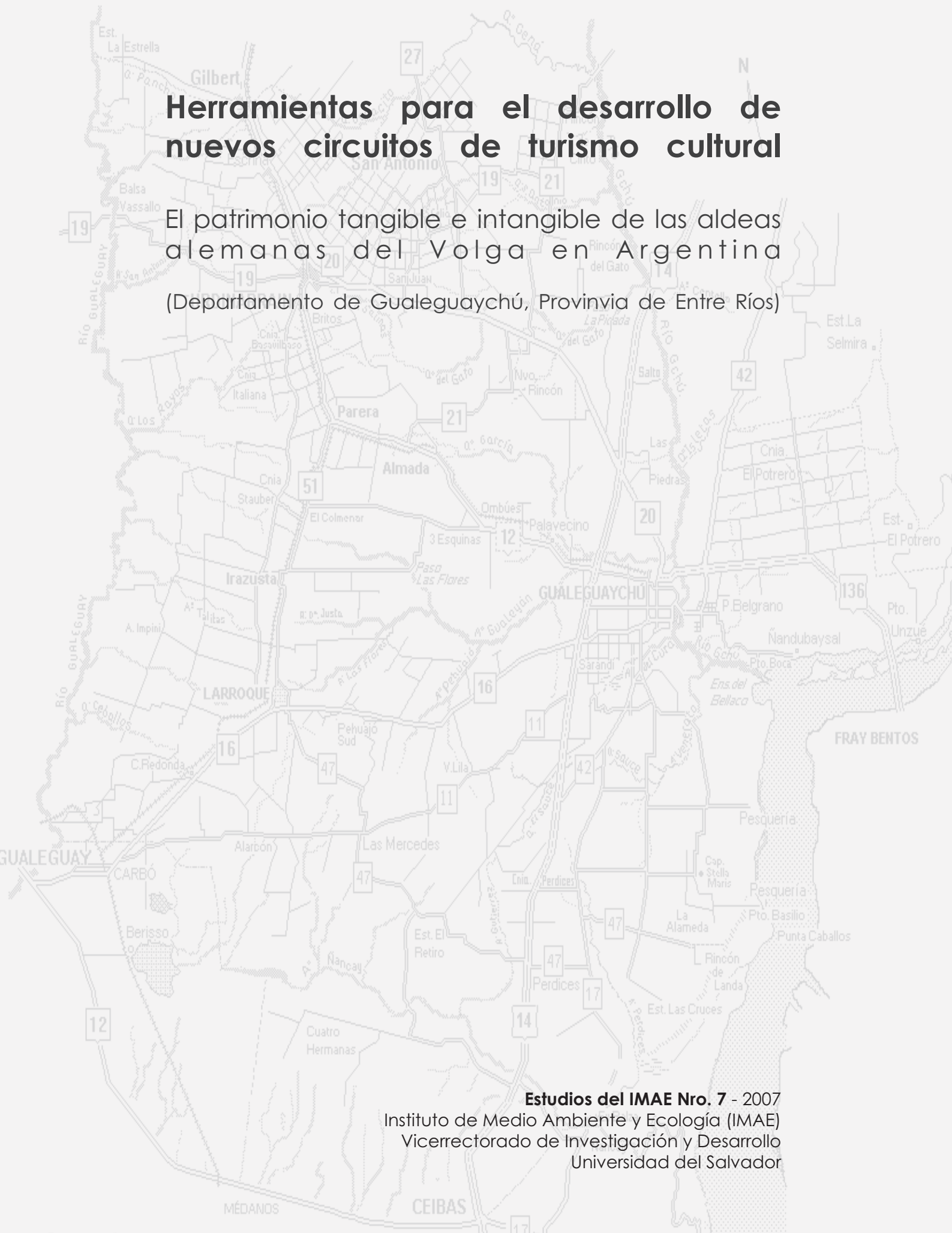
Diseño gráfico

Arq. Alejandra Ríos

ISBN 950-592-099-7

Herramientas para el desarrollo de nuevos circuitos de turismo cultural

El patrimonio tangible e intangible de las aldeas alemanas del Volga en Argentina
(Departamento de Gualeguaychú, Provincia de Entre Ríos)



Estudios del IMAE Nro. 7 - 2007
Instituto de Medio Ambiente y Ecología (IMAE)
Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo
Universidad del Salvador

RECTOR
Dr. Juan A. Tobías

Vicerrector Académico
Lic. Javier Alonso Hidalgo

Vicerrector Económico
Dr. Enrique A. Betta

Vicerrector de Formación
a/c. del Sr. Rector

Vicerrector de Investigación y Desarrollo
Dr. Fernando Lucero Schmidt

Secretario General
Dr. Pablo Varela

Director Departamento de Ingreso
Esc. Julio Lucero Schmidt

Administrador General
Sr. Eduardo Blanco

Decano Facultad de Ciencias de la Administración
Ing. Aquilino López Díez

Decano Facultad de Ciencias Económicas
Dr. Sergio García

Decano Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social
Dr. Gustavo Martínez Pandiani

Decano Facultad de Ciencias Jurídicas
Dr. Práxedes M. Sagasta

Decano Facultad de Ciencias Sociales
Lic. Eduardo Suárez

Decano Facultad de Filosofía, Historia y Letras
Esc. Juan C. Lucero Schmidt

Decano Facultad de Medicina
Dr. Adolfo Lizárraga

Decana Facultad de Psicología y Psicopedagogía
Lic. Gabriela Renault

Decano Facultad de Ciencia y Tecnología
Ing. Miguel Guerrero

Directora Escuela de Artes del Teatro
Prof. Alice Darramón de Beitía

Directora Escuela de Estudios Orientales
Prof. Luisa Rosell

Director de la Delegación Pcia. de Corrientes
Ing. Carlos Lanari Vila

Director Carrera de Agronomía - Área Pilar
Ing. Gustavo Otamendi

Director Carrera de Tecnología de los Alimentos- Área Pilar
Ing. Gustavo Otamendi

Director Carrera de Veterinaria - Área Pilar
Dr. Leopoldo Estol

INDICE

PREFACIO	5
AGRADECIMIENTOS	7
1.INTRODUCCIÓN	9
2.EL LEGADO INMIGRANTE EN LA ARGENTINA Y SU ATRACTIVO PARA EL TURISMO	11
3.BREVE RACCONTO DE LOS ALEMANES DEL VOLGA EN LA ARGENTINA	15
3.1. Algunos antecedentes sobre proyectos de Turismo Cultural en Aldeas alemanas del Volga en Argentina	17
4. EL CIRCUITO TURÍSTICO-CULTURAL DE LAS ALDEAS ALEMANAS DEL VOLGA – DEPARTAMENTO DE GUALEGUAYCHÚ	21
4.1. Descripción del área de estudio	21
4.2 Análisis del Turismo Cultural en las aldeas	22
5. DESARROLLO DE HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS	31
5.1 Ficha de inventario del patrimonio cultural de las Aldeas.....	31
5.2 Jerarquización turística de atractivos y recursos del patrimonio cultural	39
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
6.1. Recomendaciones y posibles propuestas a futuro	45
GLOSARIO	51
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	55

PREFACIO

Son muchos los ejemplos que demuestran que el patrimonio cultural en sus diferentes manifestaciones constituye la base para el diseño de circuitos turísticos factibles de convertirse en eje de desarrollos locales.

De allí que el planteo de este proyecto, aplicado en particular a las Aldeas Alemanas del Volga: San Antonio, San Juan y Santa Celia (Departamento de Gualaguaychú, Provincia de Entre Ríos), además de brindar una visión técnica, tiene como fin último ser un aporte en el proceso de desarrollo de estas comunidades. En este sentido, el presente trabajo podría constituir un material de base para la generación de nuevos emprendimientos en el campo de la cultura o el turismo a nivel local o regional, o bien, para ser presentado como antecedente en futuros proyectos de cooperación y desarrollo turístico-cultural en el contexto de los países del Mercosur o en convenios bilaterales con Alemania.

En el campo del desarrollo turístico propiamente dicho, intentará ofrecer una mirada externa acerca del estado del turismo cultural en las aldeas. Y propondrá la posible aplicación de algunos instrumentos para el diseño de circuitos turísticos tales como la realización de inventarios, jerarquización turística de recursos y atractivos del patrimonio cultural y una propuesta preliminar de indicadores de evaluación de circuitos de turismo cultural.

Su posible aplicación podría ser una herramienta para la promoción de la cultura local a partir del conocimiento y reconocimiento por parte de sus propios habitantes del patrimonio existente, como así también un modelo a replicar en otras pequeñas y medianas comunidades rurales con un importante legado cultural inmigrante.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no hubiera sido posible sin las valiosas sugerencias, observaciones y aportes de las siguientes personas:

-Cristina Yáñez, Gestión Cultural, Universidad de Barcelona, España.

-Genoveva de Mahieu, Directora del Instituto de Medio Ambiente y Ecología, Universidad del Salvador, Argentina.

-Ma. Luz Villagra, Subdirectora de Servicios Turísticos, Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos.

-Fabián Godoy, Ente Mixto Gualeguaychú Turismo, Municipalidad de Gualeguaychú, Provincia de Entre Ríos.

-Alicia Retamosa, Ente Mixto Gualeguaychú Turismo, Municipalidad de Gualeguaychú, Provincia de Entre Ríos.

-Elvira Schlegel, Secretaria de Acción Social, Municipalidad de Aldea San Antonio, Provincia de Entre Ríos.

-Marisa Yabrán, Gerente Hotel Aguay, Gualeguaychú.

-Erminda Mercedes Michel, Vocal de la Asociación Alemana Gewohnheit, Aldea San Antonio.

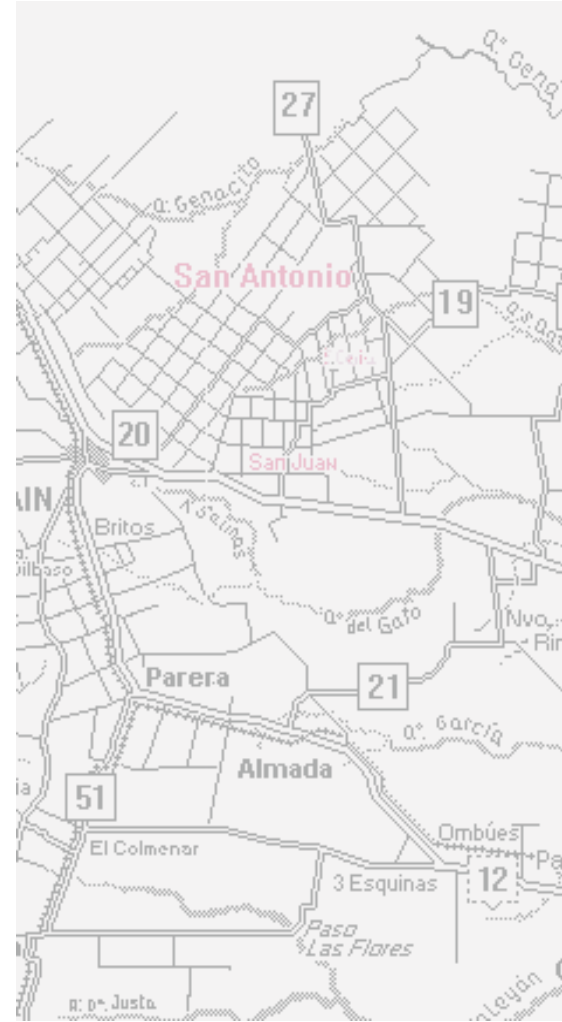
-Ma. Emilia Galván de Mussi, Área de Relaciones Públicas, Establecimiento turístico «Die Sonne», Aldea San Antonio.

-Adriana ten Hoeve, Coordinadora del Área de Medio Ambiente y Preservación del Patrimonio, Instituto de Medio Ambiente y Ecología, Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo, Universidad del Salvador.

-Norberto Fortunato, Universidad Autónoma de Entre Ríos (UADER).

-Liliana Girini, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad de Mendoza.

1. INTRODUCCIÓN



1. INTRODUCCIÓN

Hace más de una década en Argentina se originó un proceso de transformación caracterizado por la crisis del modelo económico del país, lo cual estimuló a que las administraciones municipales y provinciales comenzaran a estudiar la diversificación de sus economías y a generar estrategias para poder subsistir.

Estos hechos, que coincidieron con los cambios en las demandas turísticas tendientes a la búsqueda de 'la autenticidad' y 'la vuelta a los orígenes', hicieron que algunas comunidades redescubrieran en su patrimonio tangible e intangible una fuente potencial de desarrollo.

Argentina se caracteriza por ser un país de un gran sincretismo, que lo hace rico y diverso. De allí que muchas localidades iniciaron un proceso de puesta en valor a través del turismo de su legado cultural inmigrante, principalmente aquel que llegó al país a finales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX.

Sin embargo, en pocos casos el desarrollo de estos «productos» para el turismo cultural ha tenido la aplicación de herramientas metodológicas específicas, lo cual se ve reflejado en la falta de un análisis integral del estado del turismo cultural, la falta de elaboración de inventarios del patrimonio cultural y la inexistencia de estudios que determinen la jerarquización y evaluación turística de los recursos o atractivos del patrimonio cultural.

De esta manera el **objetivo** planteado para el presente trabajo fue realizar una propuesta de herramientas para el desarrollo de nuevos circuitos turístico-culturales (inventario y jerarquización turística) tomando como base los recursos del patrimonio cultural tangible e intangible en pequeñas comunidades rurales. Particularmente estas herramientas serían aplicadas a las Aldeas San Antonio, San Juan y Santa Celia del Departamento de Gualeguaychú (Provincia de Entre Ríos, Argentina). Estas aldeas, ubicadas a 230 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires, se caracterizan por ser pequeñas localidades rurales y tener una población en la que predominan los descendientes de alemanes del Volga.

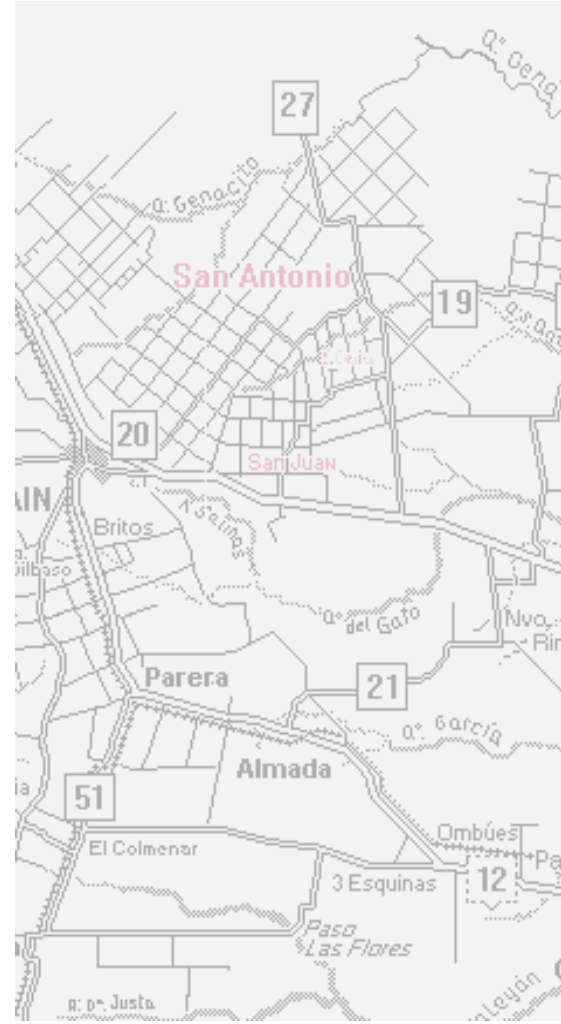
El espíritu pionero de esta corriente inmigratoria se ha preservado en el lugar desde su asentamiento en 1889 y permite conocer los modos de producción y la vida en el campo. Su principal atractivo reside en la preservación de tradiciones y costumbres, especialmente relacionadas con la gastronomía, las canciones y los bailes; así como en la diversidad de iglesias que poseen, a pesar del reducido número de habitantes; sus singulares viviendas de construcción «ladrillera» que datan de la época original, y el entorno cuidado y prolijo de sus calles y jardines.

En este contexto el trabajo planteó a una serie de cuestiones o preguntas iniciales, tales como: ¿Cuál es el estado del turismo cultural en las aldeas? ¿Cuáles son los aspectos a incluir en un inventario del patrimonio cultural con posible interés turístico de las aldeas? ¿Cómo determinar la jerarquización turística de los recursos o atractivos del patrimonio cultural existente en ellas? ¿Cuáles son los indicadores a incluir para evaluar un circuito de turismo cultural?

Considerando la falta de informes sobre la situación actual del turismo en dichas aldeas, la carencia de un inventario formal de los recursos del patrimonio cultural tangible e intangible; y la ausencia de una jerarquización de los atractivos o recursos del patrimonio cultural, el trabajo comprendió las siguientes etapas:

- I) Relevamiento de información y análisis del turismo cultural en las aldeas;
- II) Desarrollo de herramientas metodológicas para la aplicación de inventarios y jerarquización turística de atractivos y recursos del patrimonio cultural;
- III) Conclusiones y recomendaciones.

2. EL LEGADO INMIGRANTE EN LA ARGENTINA Y SU ATRACTIVO PARA EL TURISMO



2. EL LEGADO INMIGRANTE EN LA ARGENTINA Y SU ATRACTIVO PARA EL TURISMO

A partir de 1990, en Argentina, se originó un proceso de transformación caracterizado por la crisis del esquema agroproductivo local tradicional, el desdibujamiento del fuerte modelo económico agroexportador del país, el cambio en los modos de producción, la tecnificación del campo, la instalación de grandes empresas multinacionales y la racionalización ferroviaria.

Principalmente esto último, empezó a dejar aislados a muchos pueblos. La presencia del ferrocarril significó durante muchos años, no sólo un medio de comunicación, sino también una importante fuente de actividad económica para Argentina. La mayoría de los poblados del interior del país nacieron y crecieron a la orilla de las vías del ferrocarril. Un siglo después, el cierre de ramales y la anulación de innumerables servicios ferroviarios provocaron desocupación, precarización del empleo, migración y, en algunos casos, el despoblamiento de ciertas áreas.

Asimismo, el espacio local comienza a reestructurarse «de acuerdo a lo que determinan las grandes empresas transnacionales, situación sobre la cual el Estado y las organizaciones que en otra época tuvieron gran predicamento como los sindicatos, prácticamente no pueden intervenir» (Villafañe, et al, 2002).

Esto estimuló a que las administraciones municipales y provinciales comenzaran a estudiar la diversificación de sus economías y a generar nuevas estrategias de desarrollo. Algunas comunidades, redescubrieron en su patrimonio tangible e intangible una fuente potencial de recursos a través del turismo.

Según Vereda (2002) «el patrimonio cultural se ha convertido en un atractivo de relevancia, cuyas manifestaciones simbólicas y bienes materiales se han ido revalorizando socialmente, ocupando un lugar destacado en la construcción del pensamiento. [...]. Actualmente el hombre se acerca cada vez más a los vestigios del pasado, quizás para encontrar en ellos una fuente de identidad personal [...]. El patrimonio se manifiesta, entonces, como prueba evidente de la existencia de vínculos con el pasado; se evidencia cada vez más un interés creciente en la gente por conocer y proteger ese pasado. Asimismo, a través de la lectura del pasado que es menester transmitir con autenticidad, se simbolizan aspectos fundamentales de la cultura del lugar y de la comunidad que son referentes para la creatividad de las generaciones presentes y futuras y posibilitan el acercamiento de los pobladores locales a la historia.»

Paralelamente se producen cambios en las demandas turísticas donde se evidencia una clara predisposición a buscar o reencontrar todo aquello que representa la tradición, evoca costumbres del pasado y permite recuperar ciertos aspectos de la vida de los antepasados.

En concordancia con Millán Escriche (2001) esta puesta en valor de 'viejos recursos para nuevos turismo' estimula la introducción de nuevos productos turísticos, cuya base principal es la valorización de los recursos del patrimonio heredado de los antepasados, para lo cual es preciso adaptarlos y así integrarlos en una nueva oferta. Y esta misma autora agrega «que el patrimonio cultural incluye actualmente también lo etnográfico, algo que no encajaba en el término tradicional de patrimonio histórico-artístico, por responder a valores y cualidades populares derivados de usos y costumbres que se transmiten de generación y que son dignas de conservarse como manifestaciones típicas de la cultura popular. Además, es evidente que existen segmentos de la demanda turística atraídos principalmente por este patrimonio 'popular' y, que algo que conviene no olvidar, al considerar la puesta en valor de un recurso, es el grado de interés que éste suscita».

Sin lugar a dudas, el sincretismo cultural dado en Argentina a través del establecimiento de diferentes corrientes migratorias refleja una defensa de la pluralidad y la diversidad. Y esto ha

posibilitado que tanto pequeñas y medianas localidades, así como comunidades rurales, buscaran la revalorización de su legado cultural inmigrante a través del turismo.

Es interesante en este sentido, hacer aquí una breve mención acerca del **legado inmigrante en la Argentina y su atractivo para el turismo**.

A finales del siglo XIX Argentina necesitaba «manos para labrar la tierra» ya que contaba con grandes extensiones de campo deshabitadas. De esta manera a través de la ley de Inmigración y Colonización sancionada en 1876 se instrumentó una política de población y ocupación del territorio. Hacia la segunda mitad del siglo XIX Argentina se había convertido en el primer destino de América del Sur al que llegaban los inmigrantes europeos, quienes consolidaron una clase media, cultural y económica que caracterizó la identidad del país.

Según Padilla Dieste (2002) «este ha sido uno de los hechos que ha marcado a la Argentina: la oleada de inmigrantes que llegaron entre 1857 y mediados del siglo XX. Los registros señalan que entre 1857 y 1924 entraron un total de 5.481.276 de personas provenientes de Italia, España, Francia, Gran Bretaña, Austria, Holanda, Polonia, Yugoslavia, Suecia, Turquía, Alemania, Suiza y Rusia, entre otros países. Además de la Ciudad de Buenos Aires, los nuevos pobladores integrarían núcleos en otras provincias argentinas, tales como Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Santa Fe, Córdoba, Mendoza y Tucumán; todos ellos destinos relevantes en los que había proyectos fundacionales y de colonias agrícolas impulsados por el Estado [...] A una centuria y algo más de distancia apenas si se puede imaginar lo que significó ese enorme desplazamiento de personas entre continentes, atravesando mares, cruzando fronteras culturales, barreras lingüísticas, creencias y prácticas religiosas, alejándose de los hábitos y costumbres culinarias [...]».

En este contexto, es importante destacar el primer programa de turismo cultural a nivel nacional, implementado entre los años 2000 y 2001 por la Secretaría de Turismo de la Nación que presenta el legado cultural inmigrante como atractivo turístico. El programa denominado «Argentina Mosaico de Identidades» Este programa se llevó a cabo con el fin de rescatar la llegada de los primeros colonos al país. Su objetivo principal fue fortalecer, preservar y desarrollar el patrimonio cultural, étnico y religioso de Argentina. Bajo el criterio de «pensar global-actuar local», se propuso generar estrategias para desarrollar y potenciar las particularidades de cada lugar. Para ello se procedió a la creación de nuevos productos sustentables, entendiendo que estos sitios podían constituir una verdadera alternativa a través del turismo cultural. «Este es un programa creado a partir de la convicción de que la verdadera identidad de la Argentina es su diversidad. La identidad moderna de un país es el resultado de la suma de particularidades de sus habitantes. Este concepto difiere del denominado 'crisol de razas', que imaginaba el ser nacional como el producto de la renuncia de lo particular, en una mezcla o fundición en la cual no se distinguía el aporte de sus distintos componentes. Por eso se habla de mosaico como una pieza única, formada por muchas piezas únicas» (Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte, 2001).

La primera fase de este programa se plasmó a través del proyecto «Shalom Argentina. Huellas de la Colonización Judía», que con el diseño de doce circuitos distribuidos en siete provincias: Buenos Aires, Chaco, Entre Ríos, La Pampa, Río Negro, Santa Fe y Santiago del Estero, proponían un recorrido por las colonias judías asentadas en el país, y evocando la experiencia de la colonización agrícola como un hecho único y singular.

En aquel entonces, la Secretaría de Turismo de la Nación difundía en diferentes medios que la propuesta no era la de un circuito turístico convencional, sino que se trataba «de lugares alejados, perdidos en una inmensidad, que no incluye hoteles 5 estrellas. Quien se interese en estos recorridos, descubrirá que necesita nuevos equipajes para lanzarse a la experiencia de este viaje. Sólo así podrá sorprenderse con centenarias sinagogas ranchos o con antiguos cementerios rodeados únicamente de campo y cielo. En el camino, tendrá la posibilidad de admirar objetos y libros sagrados, que nacieron tan lejos de la Argentina como del siglo XXI. Son sobrevivientes de otros

tiempos y otros espacios. Y, de pronto, el turista también se topará con mezclas tan heterogéneas como únicas...» .

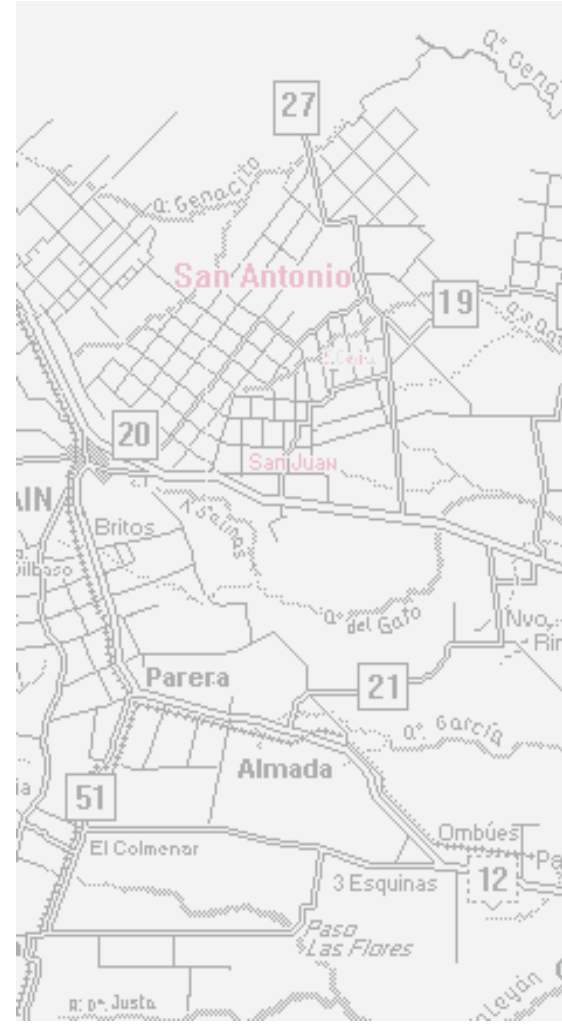
Existen otros destinos en Argentina que supieron muy bien aprovechar el potencial de sus atractivos basados en el legado inmigrante, como por ejemplo las provincias de Chubut y Misiones.

Particularmente, Chubut, a finales del siglo XIX recibió una fuerte inmigración galesa, la cual dejó una marcada impronta en toda la margen sur del río Chubut hasta sus nacientes en la cordillera, más precisamente en las localidades de Rawson, Trelew, Dolavon, Esquel, Trevelin y Gaimán. Esta última es la más emblemática de todas las colonias allí establecidas, ya que es donde más fuertemente se ha conservado la cultura y la tradición galesas.

En todo su entorno se puede revivir el pasado a través de las antiguas construcciones, muy bien conservadas, los museos que albergan reliquias y documentos de los primeros habitantes, las tradicionales capillas ubicadas en los alrededores, siendo su principal atractivo las tradicionales casas de té galés, viviendas típicas que fueron acondicionadas para dar este servicio preparado según las antiguas formas.

Por su parte, en la provincia de Misiones, particularmente en la ciudad de Oberá, es posible encontrar 48 iglesias pertenecientes a 26 comunidades religiosas diferentes. Allí se celebra desde hace más de veinticinco años la Fiesta Nacional del Inmigrante, y cada setiembre distintas colectividades exponen su música, su gastronomía y sus costumbres.

3. BREVE RACCONTO DE LOS ALEMANES DEL VOLGA EN LA ARGENTINA



3. BREVE RACCONTO DE LOS ALEMANES DEL VOLGA EN LA ARGENTINA

Conocer la historia de los alemanes de Volga en Argentina implica realizar un recorrido en el espacio y en el tiempo, que va desde la salida de su patria de origen - Alemania - pasando por las estepas rusas del Volga, hasta encontrar un lugar definitivo en la Argentina.

En el siglo XVIII, Europa y sobre todo el territorio que hoy es Alemania, estaba signado por innumerables conflictos entre las casas reinantes de pequeños territorios (príncipes, condes, duques), y sobre todo por la guerra de los Siete Años (1756-1763). Gran parte de la población estaba sumisa a una situación de extrema pobreza, con muchas deudas, y sobre todo, sin esperanza de poder revertir esa durísima situación. Una consecuencia de esta situación era un fuerte flujo migratorio que desde el centro de Europa, especialmente desde el centro y sur de Alemania se producía, sobre todo hacia Hungría, siguiendo el curso del Danubio.

El imperio Ruso recién estaba formándose como un estado moderno. En 1762 ocupa el trono imperial la princesa alemana Catalina II, luego conocida como 'la Grande'. Como estadista se ocupó, entre otras, de poblar con agricultores europeos occidentales las inmensas estepas rusas, lo que a su vez sirviera de valla humana contra las tribus nómades y salvajes que irrumpían en el imperio desde el Este. Conociendo la situación en que pasaban los habitantes de los territorios alemanes, así como la capacidad de trabajo de sus compatriotas, Catalina II publicó un Manifiesto que propagó entre éstos, invitándolos a la inmigración a Rusia, concediéndoles para ello atractivos privilegios»

El manifiesto de 1763 de la zarina Catalina II «La Grande» ofreció libertad religiosa y educativa entre otras prerrogativas para quienes aceptaran asentarse en la zona del Volga. Las colonias fueron establecidas con personas que profesaban igual religión. Esta medida apuntaba a evitar los problemas de tipo religioso. Estaba prohibida la promoción de una religión en aldeas que profesaran otras. En el orden educativo, cada aldea tenía su propia escuela de nivel primario o iniciático. Esta escuela enseñaba en idioma alemán los conocimientos elementales de matemáticas, geografía, historia, etc.

El problema del clima, que impone fríos rigurosos durante casi 6 meses, sumado al problema de aislamiento, determinó la conservación de la cultura propia, y la escasez de medios, les obligó a desarrollar una cultura de aprovechamiento práctico de todos los recursos disponibles

Algunas de las prerrogativas publicadas en el manifiesto destacaban que los colonos podrían conservar su idioma original, ejercerían su propia profesión, tendrían libertad para celebrar su religión, y estarían dispensados de prestar servicio militar obligatorio.

El flujo migratorio comenzó entonces, a cambiar su rumbo hacia Rusia (Lübeck-Mar Báltico-San Petersburgo-Saratov), estableciéndose 27.000 emigrantes en las estepas del bajo Volga. Éstos provenían de diferentes países europeos, predominando en mayor número los alemanes.

A pesar de que en su mayoría no eran agricultores, recibieron la orden de trabajar la tierra. Fueron tiempos difíciles, no obstante los conflictos que debió afrontar, la colonización alemana prosperó. Las aldeas crecieron, y su población se incrementó ostensiblemente.

Al observar que se estaba gestando una nación dentro de sus propias fronteras, el gobierno ruso temió por su soberanía, y comenzó a implementar medidas restrictivas. Para ello, en 1864 reinterpretó el Manifiesto, reduciendo su alcance a 100 años en lugar de «tiempos eternos». La política de *rusificación* comprendió varios aspectos, los principales fueron: obligarlos a cumplir el servicio militar, divulgar ideales nacionalistas incompatibles con la realidad del pueblo foráneo, o evitar la fundación de nuevas colonias para lo cual no adjudicaban más tierras en las zonas colonizadas, o bien, les ofrecían tierras en Siberia.

Esta medida apuntaba a disminuir la cantidad de alemanes en las zonas colonizadas por miedo que intentaran sublevarse declarándose independientes, o pidiendo la protección de la Federación Germánica.

Estas dificultades impulsaron a los alemanes de Rusia a emigrar, con lo cual recibieron favorablemente las noticias que llegaban de América, donde los gobiernos se interesaban en recibir auténticos labradores para sus tierras. Muchos de ellos se dirigieron al puerto de Bremen (Alemania) para emprender desde allí el viaje hacia distintos países de América. Las emigraciones más importantes fueron con destino a Canadá, Estados Unidos, Brasil y Argentina. A esta última llegaron contingentes mayoritariamente alemanes del Volga, más que de otras zonas.

Exactamente arriban a la Argentina a finales de 1877, y se establecieron en colonias rurales en las provincias de Buenos Aires, Entre Ríos, La Pampa, Córdoba y Chaco.

Hubo dos corrientes: una fue la que llegó en forma directa al puerto de Buenos Aires (la más importante), y otra que provenía de Brasil, que al no poder soportar la rigurosidad del clima y no hallar tierras aptas para el cultivo del trigo, decidieron trasladarse a la Argentina. La Colonia Hinojo fue la primera colonia, fundada en 1878 en el Partido de Olavarría, provincia de Buenos Aires.

La característica principal de esta inmigración fue su solidaridad. Ello se reflejó en que nuevos grupos de inmigrantes llegaban a las aldeas ya fundadas. Con posterioridad esos grupos fundaron nuevas colonias. Conformaban grupos colonizadores gente de una misma aldea.

Se establecieron en aldeas con un diseño similar al que habían tenido en Rusia. Esto es, las aldeas se diseñaban con una calle central de 30 metros de ancho y 800 metros de largo. Sobre esa calle se hacía el loteo de las parcelas que solían tener 28 metros de frente por 110 de largo. Se reservaban 2 lotes para la construcción de la iglesia y la escuela. Luego se procedía a la distribución de los lotes entre los colonos. Esta disposición de la aldea favorecía su defensa frente a ataques de tribus hostiles, lo cual ocurría con frecuencia en Rusia (<http://www.alemanesvolga.com.ar>, 2005).

Fuera de la provincia de Buenos Aires, el núcleo más importante de alemanes del Volga se estableció en el Departamento de Diamante, provincia de Entre Ríos, en la colonia General Alvear, emplazada a partir de 1878 en fértiles terrenos sobre el río Paraná, similar al Volga que los había cobijado por más de 100 años. Desde allí, se dispersaron por el territorio de la provincia de Entre Ríos, en otras aldeas, atrayendo a una importantísima corriente de ruso-alemanes. A fines del siglo XIX, constituían el segundo grupo en importancia entre los propietarios extranjeros de explotaciones agropecuarias de la provincia.

Es decir, las colonias madres funcionaban como «centros de irradiación», en las cuales grupos de colonos se juntaban y efectuaban la compra de un campo o estancia para fundar nuevas colonias. Las Aldeas San Antonio, Santa Celia y San Juan, ubicadas en el actual Departamento de Gualaguaychú, provincia de Entre Ríos, surgen como desprendimiento de la Aldea Protestante ubicada en la misma provincia.

Estas aldeas, en todo su conjunto, se constituyeron en prósperas comunidades, pioneras en producciones tales como la avicultura, la cunicultura y las artesanías. Hoy constituyen la comunidad alemana más importante del país y la ciudad de Crespo, provincia de Entre Ríos, es sede de la «Fiesta Nacional de la Colectividad Alemana». Su cultura, profundamente religiosa, ha hecho que basaran su vida social y cultural a partir de su fe cristiana. En cada aldea se levanta un templo que se destaca por su arquitectura y su historia.

Cada familia mantiene su hogar conservando el estilo: patios amplios y jardines. Las viejas casonas son una especie de «museos intemporales» dignos de ser admirados. Esto sumado a sus singulares cementerios, y a la posibilidad de encontrar una minoría que aún habla un dialecto volguense

que dejó de practicarse hace dos siglos, hicieron que estas aldeas atrajeran la atención de historiadores e investigadores alemanes.

3.1. Algunos antecedentes sobre proyectos de Turismo Cultural en Aldeas alemanas del Volga en Argentina

Son varios los proyectos que relacionan el turismo y el patrimonio cultural de los Alemanes del Volga que han comenzado a desarrollarse en la Argentina.

Actualmente en la provincia de Buenos Aires, en la localidad de Olavarría, se ofrecen visitas a las Colonia de alemanes del Volga de Hinojo y San Miguel. De acuerdo a Paz (2005) «este resurgimiento de los rasgos identitarios de la Colonia, se apoya por una parte en la *subjetivación* que hicieron de los mismos los actores sociales, los colonos, y en estas especiales condiciones sociohistóricas actuales en que el Estado, ya sea municipal o provincial potencia los mismos como instrumentos de una posible salida a una situación socioeconómica caótica».

El Núcleo Regional de Estudios Socioculturales (NuRES) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN) ha comenzado a realizar estudios para la implementación de la «Ruta de los Colonos» a un proyecto de turismo cultural. Por ejemplo, «la secretaría municipal de turismo organiza tours por la Colonia y el Museo de los colonos está montado en la casa donada por una de las familias, subsidiado por la Municipalidad, la Provincia [de Buenos Aires] y los olavarrienses; los propios colonos están asombrados de que se hayan vuelto tan «interesantes», que las viejas casas de piedra abandonadas sean restauradas, que lo que antes representaba su atraso, ahora se exhiba como algo exótico» (Paz et al, 2005). Allí, paradójicamente el mismo Estado que una vez quiso borrar su lengua y tradiciones, ha implementado una serie de iniciativas para recuperar el «patrimonio cultural» de los «alemanes del Volga (Villafañe et al, 2002).

Con relación a la Provincia de Entre Ríos, en 1998, el Consejo Federal de Inversiones desarrolló el trabajo «Estudio propuesta de desarrollo turístico en un área determinada de las comunidades de inmigrantes de la provincia de Entre Ríos» (Sendon et al, 1998). Este trabajo tuvo por objetivo la determinación del espacio turístico considerando la concentración y diversidades de las distintas corrientes inmigratorias, entre ellas la de los alemanes del Volga. En este estudio, además, se indicaron las localidades con mayor cantidad de elementos culturales para su puesta en valor y los atractivos potenciales que podrían complementar la oferta turística actual. Las dos áreas que se identificaron se extienden en los circuitos medios de los corredores turísticos de la provincia de Entre Ríos: una sobre la costa de Uruguay - limitada por las ciudades de Concordia, Gualaguaychú, Basavilbaso y Villaguay -y la otra sobre la costa del Paraná - limitada por las ciudades de Paraná, Diamante, Crespo y Viale.

Figura 1 - Ubicación de las aldeas alemanas del Volga en la provincia de Entre Ríos



Fuente: Elaboración propia, 2006.

En 2004, en las Aldeas de la Costa del Paraná, se comenzó a implementar en la provincia de Entre Ríos el **Circuito Turístico de las Aldeas Alemanas del Volga** en el Departamento de Diamante impulsado por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos. El proyecto contó con la gestión de la Asociación Argentina de Aldeas Alemanas del Volga y el apoyo de las áreas de Turismo de Diamante y Crespo, Presidentes de Juntas de Gobierno, y referentes de las distintas Aldeas Alemanas del Volga de la Provincia de Entre Ríos (Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos, 2004).

Figura 2 – Pobladores de las Aldeas alemanas de la Costa del Río Paraná, Provincia de Entre Ríos



Fuente: Subsecretaría de Turismo de la provincia de Entre Ríos, 2005.

Este grupo de aldeas se ubica en una especie de triángulo cuyos vértices son las ciudades de Paraná, Diamante y Crespo. Cada atractivo se sitúa a corta distancia y el circuito se puede recorrer durante una jornada. Las aldeas que comprende son Aldea Brasileira, Aldea Salto, Aldea Spatzenkutter, Aldea Protestante, Crespo, San Rafael, San Miguel, y Santa Rosa.

Figura 3 - Ubicación de las Aldeas alemanas del Volga sobre la costa del Paraná

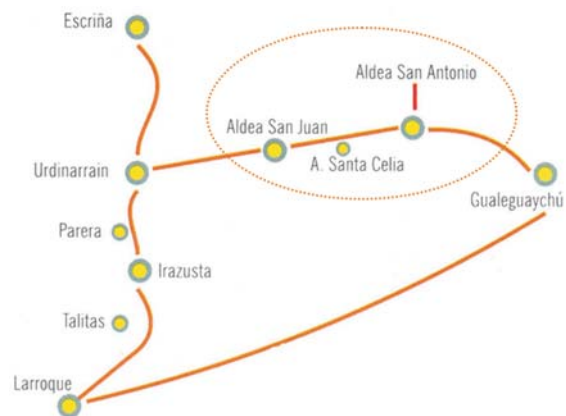
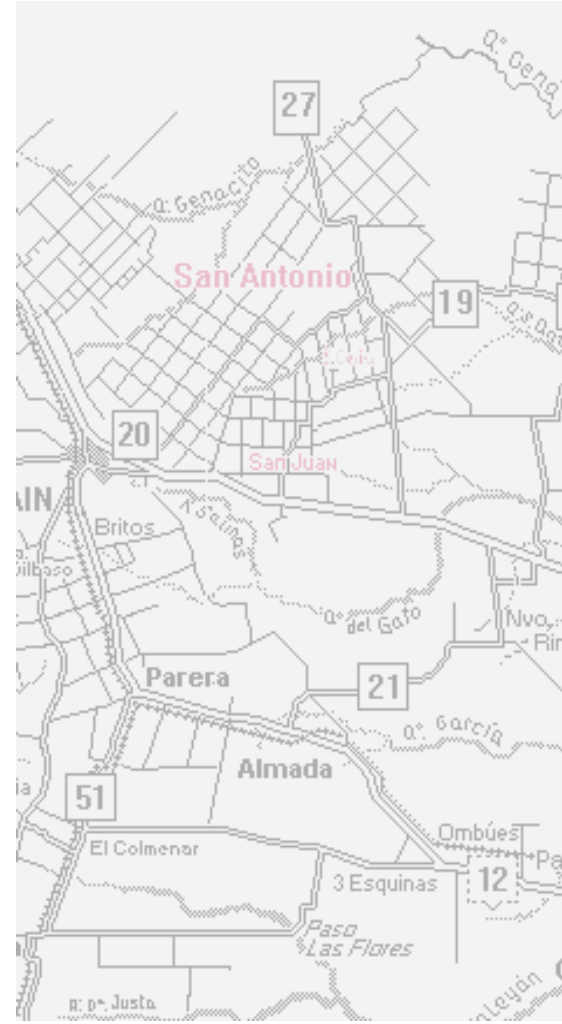


Fuente: Elaborado en base a Subsecretaría de Turismo de la provincia de Entre Ríos, 2005.

En el conjunto de estas aldeas, algunas más desarrolladas, otras más pequeñas, algunas originarias y otras surgidas en tiempos posteriores, se pueden observar iglesias que reproducen el gótico alemán el cementerio más antiguo de la comunidad o realizar paseos en carro. En estas aldeas aún se mantienen las costumbres alemanas, como por ejemplo, el dialecto o la gastronomía, basada en exquisitos platos de recetas transmitidas a través de generaciones – entre ellas se destacan el pan casero y la torta alemana - .

Dentro de las **aldeas sobre la costa del río Uruguay**, en el Departamento de Gualeguaychú (Provincia de Entre Ríos, Argentina), se encuentran las Aldeas de San Antonio, San Juan y Santa Celia, en las cuales se centra el trabajo propuesto. Las mismas se hallan incluidas en el circuito «Pueblos del Sur Entrerriano», el cual vincula varias localidades del mencionado Departamento a través de la puesta en valor de las costumbres de los inmigrantes y las tradiciones rurales, todavía vigentes en la vida cotidiana de la gente, en las fiestas y en las comidas típicas. Sobre este tema se abordará en el siguiente capítulo.

4. EL CIRCUITO TURÍSTICO-CULTURAL DE LAS ALDEAS ALEMANAS DEL VOLGA – Departamento de Gualeguaychú



4. EL CIRCUITO TURÍSTICO-CULTURAL DE LAS ALDEAS ALEMANAS DEL VOLGA – Departamento de Gualeguaychú

4.1. Descripción del área de estudio

Las Aldeas de San Antonio, San Juan y Santa Celia se hallan en el Departamento Gualeguaychú (provincia de Entre Ríos), situado al sureste de la provincia de Entre Ríos, Argentina, a 230 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires.

Particularmente, la Aldea San Antonio fue fundada en 27 de febrero de 1889 por un grupo de colonos inmigrantes alemanes del Volga que se encontraban asentados hasta ese momento en Aldea Protestante, Departamento de Diamante y que habían arribado al país en el año 1887 procedentes de Aldea Huck, en Rusia, a orillas del río Volga.

Llegaron hasta allí por medio de un funcionario alemán del gobierno de la provincia de apellido Spangenberg, dueño de las tierras donde se establecieron a orillas del arroyo San Antonio. Este dividió las mismas en tres partes, y les puso el nombre de sus hijos: Aldea San Antonio, San Juan y Santa Celia.

Reseña histórica del nacimiento de las Aldeas San Antonio, San Juan y Santa Celia.

En 1888 llegaron al Puerto de Diamante 19 familias directamente desde el Volga. La mayoría de ellos procedentes de la Aldea Protestante. Llegaron pasada la medianoche. Fueron muy bien recibidos, y a la mañana siguiente se alistaron siete carros para buscar las familias que estaban en el puerto. Durante dos semanas fueron huéspedes de los aldeanos. Trabajaron en los campos de esa Aldea, y hubo quienes arrendaron un campo vecino para el cultivo de lino y trigo, habitando precarias casas de dichas tierras.

Como las perspectivas no eran buenas, debido a la carencia de tierras, se formó una comisión para buscar nuevas tierras. Cuatro hombres llegaron en septiembre de 1888 a la zona de Pehuajó Norte, Departamneto Gualeguaychú. Ellos eran Pedro Michel, nacido el 31 de enero de 1855 en Huck, a orillas del Volga, don Felipe Huck, nacido también en Huck el 28 de mayo de 1861, don Jacobo Bauer nacido el 17 de septiembre de 1855 y don Andrés Muller, quien tenía 30 años.

Tomaron contacto con Jacobo Spangenberg, quien tenía un campo. Este señor, alemán de origen, dio grandes facilidades para la adquisición del campo por parte de los colonos. Se formaron 3 grupos, el primero, los Huckre, fundaron la Aldea San Antonio, el segundo los Bauer, Schimpf y Reichel, fundaron la Aldea Santa Celia y el tercer grupo, con varias familias y mas grandes que los anteriores, que formó la Aldea San Juan. Se mensuraron 35 lotes para la Aldea San Juan, 14 lotes para Santa Celia, 22 para San Antonio y 10 para una fracción que en el plano de la mensura denomina "Chacras".

Fuente: Alemanes del Volga en la Argentina, 2005.

Para comprender la inserción de estas aldeas en el contexto provincial y regional es preciso conocer la composición político-administrativa. El Departamento de Gualeguaychú está compuesto por tres Municipalidades de 1º categoría: Gualeguaychú, Urdinarrain, Larroque; una Municipalidad de 2º categoría: Aldea San Antonio (que ha absorbido administrativamente a Aldea Santa Celia); y veinte Juntas de Gobierno: dentro de las cuales se encuentra Aldea San Juan¹.

A partir de la concreción de importantes obras viales, el Departamento de Gualeguaychú se convierte en un área estratégica para el Mercosur², donde se cruzan dos ejes troncales, que

vinculan las capitales de la región y otras importantes ciudades: Eje Norte-Sur (San Pablo, Brasil – Asunción, Paraguay - Buenos Aires, Argentina); y Eje Este-Oeste (Montevideo, Uruguay - Santiago de Chile, Chile).

Figura 4 - Provincia de Entre Ríos, Argentina, en el contexto del Mercosur



A esto se suma su inserción en un área de gran riqueza en flora y fauna como es la Mesopotamia, y su cercanía con el cordón industrial La Plata-Buenos Aires-Rosario, además de sus importantes áreas naturales para la recreación y el esparcimiento.

4.2 Análisis del Turismo Cultural en las aldeas

Las tres aldeas se caracterizan por ser grupos muy reducidos de población, con una economía basada netamente en la agricultura y ganadería. En ellas habitan predominantemente descendientes de alemanes del Volga y tienen la particularidad de tener iglesias de diversos cultos y conservar una cantidad de tradiciones y costumbres, especialmente relacionada con la gastronomía, las canciones y los bailes, así como parte del patrimonio tangible mueble, que se ha preservado hasta nuestros días, y las hacen muy singulares.

La influencia de la ciudad de Gualeguaychú, cabecera de departamento, es muy importante en el contexto de las aldeas. De acuerdo al último Censo Nacional de Población, ésta cuenta con 73.330 habitantes (INDEC, 2001). La consolidación de los cuatro pilares fundamentales, en los que se apoya su desarrollo son: agro, industria, comercio y turismo. Con relación a esto último, su característica de ser doblemente ribereña - ya que por ella pasan el Río Gualeguaychú y el Río Uruguay - la convierte en uno de los principales destinos turísticos de la provincia de Entre Ríos.

Se la reconoce principalmente por dos productos turísticos históricos: «playas y río» y «carnaval»- este último denominado desde hace ya algunos años como el «Carnaval del País», debido a la trascendencia nacional que ha ido adquiriendo. Esta fiesta se prepara durante todo el año y consiste en el desfile de comparsas que pertenecen a distintos clubes de la ciudad. A lo largo del Corsódromo -antigua estación de tren reciclada para este fin- se despliega un espectáculo de música, coreografía y trajes especialmente preparados para este evento. El desfile es competitivo y con puntaje. Cada comparsa exhibe un tema especial, por lo general extraído de cuentos, mitologías y leyendas, recreado a través de una interpretación artística que combina diferentes artes escénicas.

Por otra parte, es de destacar que la ciudad se enmarca en un agradable paisaje litoral, donde su principal atractivo turístico, el río, se complementa con numerosos espacios verdes dentro de la ciudad, balnearios y sitios naturales en sus alrededores; además de poseer un calendario de acontecimientos programados, como por ejemplo, el Desfile de Carrozas (declarado de interés provincial) y la Feria de las Colectividades, entre otros.

La ciudad posee una marcada demanda turística estacional durante el verano - principalmente enero y febrero - con una elevada afluencia, si se tiene en cuenta la cantidad de habitantes, alcanzando los 400.000 turistas (Municipalidad de Gualeguaychú, 2005). El mismo proviene de la Ciudad de Buenos Aires y de la provincia de Buenos Aires, con un incremento significativo, en los últimos tiempos, de turistas de las provincias de Santa Fe y Córdoba (Municipalidad de Gualeguaychú, 2005).

Este tipo de turismo complementariamente realiza visitas a las aldeas, que en particular, a partir del año 2000, comienzan a articularse con la oferta turística de Gualeguaychú a través del circuito turístico-cultural **Pueblos del Sur Entrerriano**.

Este circuito se comienza a trabajar en 1999 tomando como punto de partida (o como centro emisor) la ciudad cabecera de Departamento, Gualeguaychú. En un principio, bajo la denominación de «Caminos Rurales», se ofrecían cinco recorridos que unían zonas de campo, pequeños poblados y aldeas, y en los cuales se señalaban los hitos o atractivos más significativos del patrimonio tangible e intangible (Flejas, 2001).

La idea fue tomando fuerza y en el año 2000, por iniciativa de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Gualeguaychú, y del Área de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Urdinarrain, se propuso trabajar en forma organizada y conjunta con las Municipalidades de Aldea San Antonio, Larroque y las Juntas de Gobierno de Aldea San Juan e Irazusta para la creación de un circuito turístico basado en la revalorización del patrimonio cultural local, que permitiera ofrecer una nueva alternativa turística.

El proyecto contó con el apoyo de las ONG's locales Asociación Alemana «Gewonheit» y el Grupo de Amigos de la Estación de Larroque; y con la asistencia técnica del Instituto de Medio Ambiente y Ecología (Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo, Universidad del Salvador) y el Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio (CICOP, Argentina).

Figura 5 - Actores implicados en el diseño del producto turístico-cultural «Pueblos del Sur»



En este marco se crea el circuito turístico cultural «Pueblos del Sur Entrerriano», el cual vincula varias localidades del Departamento a través de la puesta en valor de las costumbres de los inmigrantes y las tradiciones rurales, todavía vigentes en la vida cotidiana de la gente, en las fiestas y en las comidas típicas.

Como vemos la oferta de turismo cultural del Departamento de Gualeguaychú se articula a través de un centro turístico de estadía, en este caso Gualeguaychú, con una serie de localidades o poblados rurales que actúan como centros de excursión (Boullón, 1990 4:40), situadas en un radio máximo de 60 km. del centro de estadía.

De acuerdo a Boullón, se considera «centro de estadía» aquel que depende de un atractivo principal, cuyas características motivan estadías promedio de cinco o más noches. Los «centros de excursión» son aquellos que reciben turistas por períodos inferiores a 24 horas, originados en otros centros turísticos situados a unas dos horas de distancia-tiempo. Estos operan como atractivos del centro principal y dependen de él, ya que éste actúa como su «mercado emisor».

Figura 6 - Circuito Pueblos del Sur Entrerriano - Ubicación dentro de la Pcia. de Entre Ríos



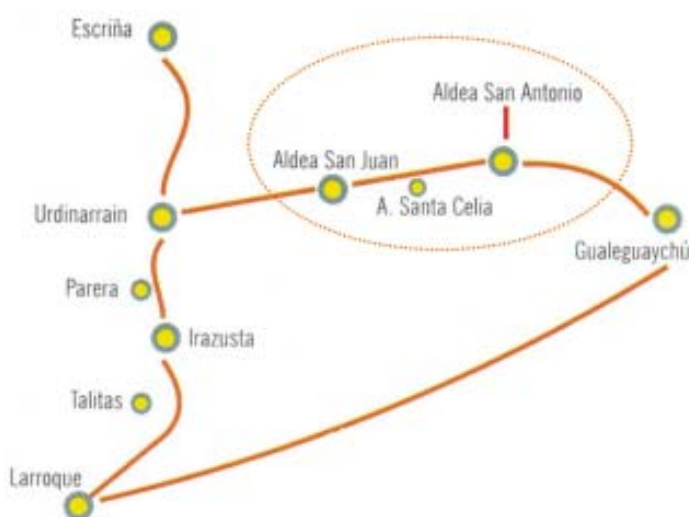
Fuente: Folleto de difusión de «Pueblos del Sun», Secretaría de Turismo, Provincia de Entre Ríos, 2002.

Esta articulación, le permitiría a la ciudad cabecera del Departamento trabajar en la diversificación de su producto turístico tradicional, asociado históricamente a «río y playas» y «Carnaval del País». Pero, además la ayudaría a modificar o mejorar tres cuestiones centrales: a) romper la estacionalidad (que se da marcadamente entre los meses de enero y febrero, por ser época estival y de celebración de la fiesta de Carnaval); b) brindar alternativas complementarias al atractivo principal (por ej., brindar al turista opciones de recorridos y esparcimiento, especialmente en los días de lluvia); c) aumentar el promedio de estadía, al ofrecer otras alternativas de circuitos.

El circuito comienza en Larroque y finaliza en Gualeguaychú o viceversa. Se puede realizar en forma totalmente independiente ya que hay señalización y folletería de apoyo.

Se recorren, aproximadamente, 130 kms y el tiempo que puede insumir varía en función de los lugares que se visiten, pero el recorrido completo con todas las actividades que se ofrecen puede llevar dos días.

Figura 7 - Las Aldeas Alemanas del Volga en el circuito «Pueblos del Sur Entrerriano»



Fuente: Sitio Web del Consejo Mixto «Gualeguaychú Turismo», 2006.

Para comprender cómo es la inserción de las aldeas en esta propuesta turístico-cultural, a continuación se detallan las localidades que comprende el circuito.

Cuadro 1 - Localidades incluidas en el circuito «Pueblos del Sur Entrerriano»



1. Gualeguaychú. Su condición de capital del Carnaval del País la convierten en la puerta de entrada al circuito. Posee un rico patrimonio arquitectónico, museístico y el de sus reconocidos poetas y artistas.



2. Aldeas San Antonio, San Juan y Santa Celia. En estas aldeas es posible tomar contacto con la idiosincrasia de los alemanes del Volga, asentados en estas tierras desde 1889. La visita a Aldea San Antonio permite conocer los modos de producción y la vida en el campo; la diversidad de sus cultos y creencias, y una gastronomía singular. En tanto las Aldeas San Juan y Santa Celia, con su característica arquitectura son ideales para un paseo fotográfico.



3. Larroque. Esta localidad es cuna de una escritora muy reconocida en Argentina, María Esther de Miguel. Allí se conserva su finca veraniega «La Tera» como un espacio creativo, con amplio parque y una nutrida biblioteca de más de 3000 volúmenes. También alberga el «Museo de la Estación», un espacio para conservar en la memoria local gran parte de la historia de la región.



4. Talitas. En este pequeño poblado se conserva la «Pulpería de Impini», única en el sur de Entre Ríos. Este almacén de ramos generales construido hacia 1889, se mantiene intacto, tanto en sus habitaciones, patios y galpones, que fueron rescatados por una familia del lugar, conservando allí historias de la tradición criolla.



5. Urdinarrain. Esta localidad, nacida a la vera del tren transformó a «La Estación», en un Complejo Cultural singular. En esta construcción, típica de la arquitectura inglesa de fines del siglo XIX recuperada como patrimonio por el municipio en 1998, se exhiben objetos y escenas de la vida del pueblo, además de muestras de arte y artesanías locales tradicionales y urbanas. La visita se complementa con grandes espacios verdes, como el Paseo San Martín y el Museo Agrícola al aire libre.



6. Escriña. Complejo rural de iniciativa privada ofrece un lugar con grandes arboledas y caballos. Está ubicado al lado de una referencia histórica fundamental para la zona: la Capilla «Santa Clara», y muy cercano a las antiguas colonias judías asentadas en Entre Ríos.



7. Irazusta / 8. Parera. En Irazusta los pobladores hospedan a los visitantes en sus propias casas, y allí es posible compartir con ellos desayunos y especialidades caseras. Además, se organizan actividades recreativas, cabalgatas y paseos. Por su parte Parera ha conservado recetas y sabores de antaño en casas de comida artesanal rural. Posee, además, un museo ferroviario, complementado con recorridos para practicar senderismo y avistaje de flora y fauna.

Fuente: Elaboración propia a partir del folleto Pueblos del Sur Entrerriano (2005) y los sitios web oficiales de «Pueblos del Sur Entrerriano» (2006) difundidos por las Municipalidades de Gualaguaychú y Urdinarrain, respectivamente. Fotos: J. Broggi, 2003.

Con relación a la **oferta turística** propiamente dicha, Aldea San Antonio es la que dispone de mayor infraestructura y servicios para el turismo. En ésta, recientemente se ha dispuesto la creación de una Dirección de Turismo, Cultura y Deporte. Asimismo, es en la única que han surgido emprendimientos locales privados orientados al turismo, como por ejemplo, la Asociación Alemana «Gewohnheit»³ y el establecimiento «Die Sonne».

El eje o ejes temáticos principales del circuito que ofrecen en las aldeas es la gastronomía, historia en general, música y danza, y fiestas. El medio utilizado para realizar el circuito es caminando y en carros rusos.

El total del recorrido en Aldea San Juan puede llevar una media hora, diez minutos en Santa Celia, y en Aldea San Antonio, el tiempo depende si sólo se recorre la ciudad, o si se participa en espectáculos u otras actividades.

Con relación a la existencia de **legislación** que proteja el patrimonio cultural de las Aldeas, de acuerdo a la consulta con varios referentes clave, puede confirmarse que no existe ninguna legislación particular al respecto. Sí, por ejemplo, se ha restaurado recientemente el Campanario de la Aldea Santa Celia, pero no como parte de un programa municipal o provincial.

En cuanto a los inventarios del patrimonio cultural, existen listados parciales, del tipo de registro fotográfico, sobre el patrimonio cultural tangible e intangible del Departamento de Gualaguaychú, dentro del cual se encuentran las aldeas. No obstante, no es exhaustivo, y tampoco se lo presenta bajo un formato estructurado que permita obtener información organizada.

Figura 8 - Festividad local



Autor: Broggi, J., 2003.

La difusión de las Aldeas se inserta fundamentalmente dentro de la promoción conjunta del circuito de Pueblos del Sur. Principalmente se distribuye folletería a través de la Casa de la Provincia de Entre Ríos situada en Buenos Aires (principal centro emisor de turismo hacia el Departamento de Gualeguaychú). En parte esta folletería ha sido subsidiada por Casinos de la provincia de Entre Ríos.

Por otra parte, se están realizando acciones específicas, aunque esporádicas, para promocionar las Aldeas a través de los suplementos de turismo de los principales diarios de distribución a nivel nacional. Hay un importante esfuerzo para el armado y mantenimiento de dos páginas web oficiales⁴ en la que se detalla el circuito, lugares de alojamiento, comidas, actividades y horarios.

Como parte de la propuesta de «Pueblos del Sur» se participa anualmente en la FIT, la Feria Internacional de Turismo más importante de la Argentina, que ha adquirido en los últimos años un importante posicionamiento entre las ferias de turismo de Latinoamérica. También se está asistiendo a distintos workshops de turismo que se organizan, principalmente en la Ciudad de Buenos Aires.

Con relación a los **roles que desempeñan, tanto el sector público como el privado** en el desarrollo de la oferta turística de las aldeas, se insertan en el circuito de Pueblos del Sur, y dependen, también en lo que hace a su difusión y promoción de la articulación con la municipalidad de Gualeguaychú, y de Urdinarrain.

En un principio el sector público fue el que impulsó la oferta. No obstante, hace algún tiempo, se evidencia que la difusión y mantenimiento de esta propuesta pasa, básicamente, por el trabajo e iniciativa de la actividad privada. En este circuito se destaca la voluntad de haber trabajado conjuntamente entre el sector público y privado a nivel local, implicando esto a su vez, el acuerdo entre varias localidades. Esta iniciativa, que comenzó hace más de seis años, a pesar de cambios de gestión política, ha sido reconocida por el gobierno provincial como un ejemplo de esfuerzo y trabajo mancomunado.

La **demand**a o el perfil del turista que visita el lugar se caracteriza por ser gente adulta, en pareja o en familia. En general son personas interesadas por la cultura alemana, o bien porque buscan sitios diferentes, tranquilos.

Llegan hasta el lugar por la difusión que hace la Casa de Entre Ríos en la Ciudad de Buenos Aires; o bien por sugerencia de las Direcciones de Turismo de Gualeguaychú y de otros municipios vecinos.

El mismo proviene de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, con un incremento significativo, en los últimos tiempos, de turistas de las provincias de Santa Fe y Córdoba (Municipalidad de Gualeguaychú, 2005), por lo tanto, claramente el turismo que visita el lugar está dentro de la categoría de turismo doméstico o turismo interno (Juan Tresserras y Yáñez, 2005).

En líneas generales, existe un conocimiento «intuitivo» de la demanda, pero no hay estadísticas tanto desde el sector público como privado. Existen, por parte de los emprendimientos privados algunos sondeos de opinión, donde se destaca la calidez de la atención, la gastronomía, y la singularidad de los paseos en «carros rusos» para recorrer las Aldeas.

Con relación a la **accesibilidad** temporal, en los inicios de lanzamiento del circuito de Pueblos del Sur, existieron ciertas desavenencias con relación a los horarios de apertura de establecimientos o servicios. Ocurrió en varias oportunidades que desde la Oficina de Turismo de Gualeguaychú se informaba la realización de determinada actividad o determinado horario de apertura, y el turista al arribar al lugar se encontraba con que estaba cerrado.

Estos desajustes, hicieron imperiosa la necesidad de acordar un compromiso por parte de los prestadores de servicios de las Aldeas con respecto a días y horarios, tema que en los últimos tiempos se ha mejorando notablemente. Una muestra de los esfuerzos con respecto a esta cuestión, es por ejemplo la recomendación que se hace desde la página web oficial de «Pueblos del Sur» sobre la importancia de contactarse y hacer las reservas previamente con los prestadores, a las direcciones y teléfonos que allí se indican. Además varios de los establecimientos especifican días y horarios de apertura para evitar inconvenientes a los turistas.

La época en que se realiza el circuito es en coincidencia con las vacaciones de verano, los fines de semana largos y fines de semana. En verano es la época hay mayor cantidad de visitantes.

El tema de la accesibilidad espacial, constituye, hoy por hoy, un punto álgido de discusión y debate entre el sector privado y el sector estatal. Excepto Aldea San Antonio, a las otras dos aldeas sólo es posible llegar por caminos de tierra, los cuales cuando llueve se vuelven intransitables.

Esto se advierte al visitante en la página web oficial de «Pueblos del Sur». Por el momento, este es un tema si se quiere contradictorio, ya que justamente la visita a las aldeas se ofrece como alternativa para los días de lluvia, y justamente, esas localidades no pueden visitarse cuando esto se produce.

El único medio de transporte público son algunos colectivos con muy poca frecuencia diaria, lo cual hace que el automóvil particular constituya prácticamente la única forma de llegar a las aldeas.

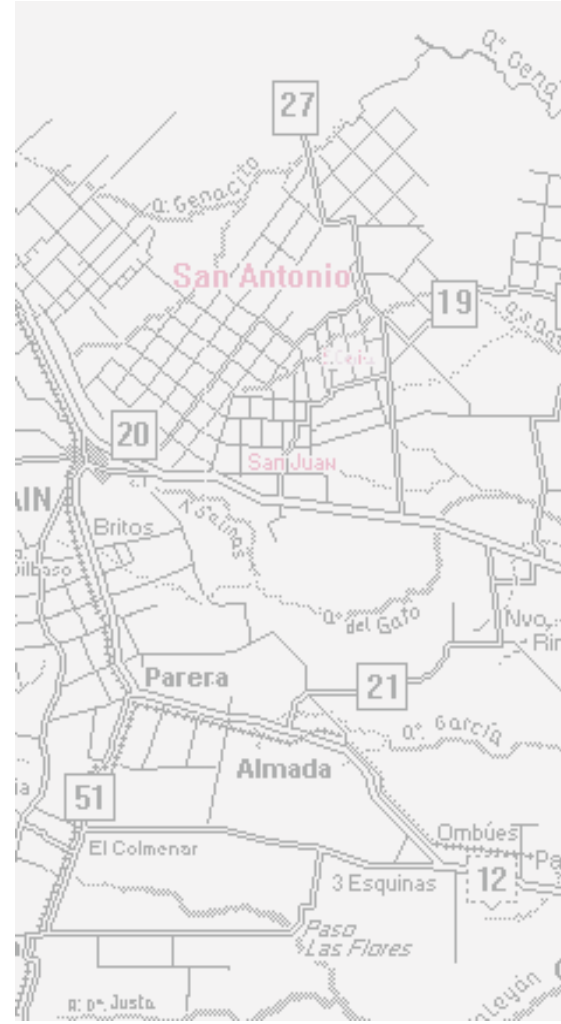
Con relación a la accesibilidad económica, no existe una política de precios. Estos los fija el sector privado, pero en general, resultan accesibles para el público local y, mucho más aún para el visitante extranjero.

Figura 9 – Gastronomía local



Autor: Broggi, J., 2003

5. DESARROLLO DE HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS



5. DESARROLLO DE HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

5.1 Ficha de inventario del patrimonio cultural de las Aldeas

Considerando que el patrimonio de las Aldeas es muy rico en sus diferentes manifestaciones, se elaboraron tres fichas:

Ficha I) Inventario del Patrimonio Cultural Tangible Inmueble;

Ficha II) Inventario del Patrimonio Cultural Tangible Mueble; y

Ficha III) Inventario del Patrimonio Cultural Intangible; que a continuación se reproducen:

Para su elaboración se tomaron como base fichas aplicadas por organismos gubernamentales y por equipos de investigación de universidades de Argentina.

Las fichas consultadas fueron:

-Ficha «Programa de Inventario de Monumentos Históricos Nacionales» (Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos – Fondo Nacional de las Artes – International Council on Monuments and Sites (ICOMOS, Argentina)

-Ficha guía para la elaboración de «Inventarios de patrimonio cultural inmaterial» (Dirección de Patrimonio del Ministerio de Cultura, Gobierno de Colombia, 2005).

-Ficha de inventario de Edificios Representativos (Dirección General de Patrimonio, Subsecretaría del Patrimonio Cultural, Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2001)

-Ficha Programa de Difusión y Concientización «Buenos Aires: Patrimonio de Todos», Subprograma de Relevamiento y Mapeo de Edificios y Elementos de Valor Patrimonial de la Ciudad de Buenos Aires (Dirección General de Patrimonio, Subsecretaría del Patrimonio Cultural, Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2001).

-Ficha «Inventario Integral del Patrimonio Arquitectónico Urbanístico Ambiental» aplicado a la Municipalidad de Vicente López (Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio, 1999)

-Ficha «Relevamiento y mapeo de recursos patrimoniales y del ocio – Patrimonio Tangible, Intangible y del Ocio», Programa «Comunidad local, patrimonio, ocio y desarrollo sustentable» (Instituto de Medio Ambiente y Ecología-IMAE, Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo, Universidad del Salvador, 2002).

-Ficha «Arquitectura, Industria y Progreso: Las Bodegas vitivinícolas de Mendoza en el Centenario» (Girini, L., Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad de Mendoza, 2002).

-Ficha «Ruta Cultural de la Industria Harinera del Norte Sanjuanino» (Márquez, E., Gómez, R.; Romero, A., Instituto Regional de Planeamiento y Hábitat, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Nacional de San Juan, 2005).

Ficha I – Inventario de Recursos Turísticos: Patrimonio Cultural Tangible Inmueble

EL PATRIMONIO TANGIBLE E INTANGIBLE DE LAS ALDEAS ALEMANAS DEL VOLGA. (DPTO. DE GUALEGUAYCHÚ, PROVINCIA DE ENTRE RÍOS, ARGENTINA)	Ficha N°	Código
INVENTARIO DE PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE INMUEBLE	Fecha:	

IDENTIFICACION DEL BIEN	(FOTO)
Denominación: Provincia: Departamento: Localidad: Dirección:	

DATOS DEL BIEN	(UBICACIÓN EN PLANO LOCALIDAD)
Autor: Año:	

APRECIACIÓN DEL ESTADO ACTUAL	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
--------------------------------------	-----------	-------	---------	------

USOS			
	Original	Actual	Posibles usos turísticos
Vivienda			
Educación			
Religioso			
Cultural			
Recreativo			
Industrial			
Comercial			
Productivo (rural)			
Administrativo			
Otros			

DOMINIO		TIPO DE PROTECCION	
Público	Privado (especificar)	Protección existente	Nº
Nacional		Reglamentación Nacional	
Provincial		Reglamentación Provincial	
Municipal		Reglamentación Municipal	

EVALUACION PATRIMONIAL Valoración							
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Histórico-testimonial				Nivel de deterioro			
Estético-arquitectónico				Nivel de riesgo o peligro			
Paisajístico - Ambiental				Grado de Transformación (arquitectónica, estructural, etc.)			
Valor de Agrupamiento o conjunto				Grado de singularidad			
Nivel de protección				Grado de Adaptabilidad (a nuevos usos)			

PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE MUEBLE ASOCIADO (si lo hubiera, especificar)

PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE ASOCIADO (Si lo hubiera, especificar. Comentar, entre otras cosas, historias, costumbres, fiestas, tradiciones, acontecimientos, etc. tenían lugar en el sitio, y valor simbólico para la comunidad, si lo hubiera)

VINCULACION DEL BIEN CON EL LEGADO DE LOS ALEMANES DEL VOLGA

OBSERVACIONES:
RELEVO:
FOTOS:

Elaboración: Toselli, C., 2005.

Ficha II – Inventario de Recursos Turísticos: Patrimonio Cultural Tangible Mueble

EL PATRIMONIO TANGIBLE E INTANGIBLE DE LAS ALDEAS ALEMANAS DEL VOLGA. (DPTO. DE GUALEGUAYCHÚ, PROVINCIA DE ENTRE RÍOS, ARGENTINA)	Ficha N°	Código
INVENTARIO DE PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE MUEBLE	Fecha	

IDENTIFICACION DEL BIEN	(FOTO)
Denominación: Provincia: Departamento: Localidad: Ubicación (nombre del sitio o dirección): Autor (si lo tuviera): Año:	

APRECIACIÓN DEL ESTADO ACTUAL	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
--------------------------------------	-----------	-------	---------	------

USOS				DOMINIO			
Doméstico		Industrial		Público	Privado (especificar)		
Educativo		Comercial		Nacional			
Religioso		Productivo (rural)		Provincial			
Cultural		Administrativo		Municipal			
Recreativo		Otros					

EVALUACION PATRIMONIAL							
Valoración							
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Histórico-testimonial				Grado de autenticidad			
Estético				Grado de singularidad			

PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE INMUEBLE ASOCIADO (Especificar el lugar o sitio original o actual donde se encuentra el bien)

PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE ASOCIADO (Si lo hubiera especificar. Comentar, entre otras cosas, historias, costumbres, fiestas, tradiciones, o acontecimientos relacionados con el objeto; y valor simbólico para la comunidad, si lo hubiera)

VINCULACION DEL BIEN CON EL LEGADO DE LOS ALEMANES DEL VOLGA
OBSERVACIONES:
RELEVO:
FOTOS:

Elaboración: Toselli, C., 2005.

Ficha III – Inventario de Recursos Turísticos: Patrimonio Cultural Tangible

EL PATRIMONIO TANGIBLE E INTANGIBLE DE LAS ALDEAS ALEMANAS DEL VOLGA (DPTO. DE GUALEGUAYCHÚ, PROVINCIA DE ENTRE RÍOS, ARGENTINA)	Ficha N°	Código
INVENTARIO DE PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE	Fecha	

IDENTIFICACION DEL BIEN	(FOTO)
Denominación (nombre o los nombres con los que se conoce la expresión) Ubicación geográfica: Provincia: Departamento: Localidad: Sitio o dirección:	

TIPO DE EXPRESION			
Saberes culinarios (Gastronomía)		Expresiones dancísticas, musicales y sonoras	
Fiestas, rituales, ceremonias		Lenguas y expresiones orales	
Costumbres y creencias		Formas tradicionales de organización social, jurídica y política	
Elaboración de objetos, instrumentos, vestuarios, construcciones y ornamentación		Otros	

CARACTERÍSTICAS
Portadores (grupo social que practica y transmiten la expresión)
Origen (motivo que dio origen a la expresión y en qué época)
Contexto espacial y temporal (en qué momentos y en qué lugares se realiza esta expresión. Detallar si tuviera una fecha especial. Aclarar si esta expresión está asociada a otra)
Idioma (en qué idioma está la expresión)
Especialidad (Especificar si solo puede ser practicado por un grupo en especial, por ejemplo, solamente las mujeres, los hombres, los ancianos, etc.)
Área de influencia (otros lugares cercanos con los que se comparte la expresión)
Aprendizaje (de qué manera y en qué lugares se enseña y/o se aprende)
Descripción (escribir todos los detalles de la expresión: orden de las acciones que incluye y preparativos; tema y argumento; cantos, música y movimientos; vestuarios, instrumentos, objetos y comida; materiales, ingredientes, herramientas, etc. La función que cumplen las diferentes partes y objetos).
Transformaciones (mencionar los cambios que ha tenido la expresión, en qué épocas y cuáles han sido los motivos de esos cambios si lo hubiera)

VALORACION DE LA EXPRESION							
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Valor simbólico (importancia de la significación y signo de identidad comunitario)				Grado de autenticidad			
Riesgos (peligro que representa si la expresión deja de ser practicada)				Grado de singularidad			
Apoyo (cantidad de organizaciones o instituciones que apoyan la práctica de esta expresión)				Grado de accesibilidad (disponibilidad y aceptación de la comunidad para mostrar su expresión a los visitantes)			

VINCULACION DEL BIEN CON EL LEGADO DE LOS ALEMANES DEL VOLGA

OBSERVACIONES:
RELEVO:
FOTOS:

Elaboración: Toselli, C., 2005.

5.2 Jerarquización turística de atractivos y recursos del patrimonio cultural

Para la jerarquización turística de los recursos o atractivos del patrimonio cultural existente, se elaboró una "Matriz de evaluación cuali-cuantitativa del potencial turístico del patrimonio cultural".

De acuerdo a Dominguez de Nakayama (1994) la potencialidad turística de un sitio es una apreciación compleja basada en la confluencia de valores estéticos o emocionales, las condiciones del medio y la accesibilidad, por lo tanto, "la inclusión del patrimonio cultural en un producto turístico requiere que sean **atractivos, aptos y disponibles**".

De esta manera la matriz propuesta permitiría, fundamentalmente, evaluar la potencialidad de un atractivo o recurso turístico considerando los siguientes atributos: atraktividad, aptitud y disponibilidad.

Cada uno de los atributos anteriormente señalados comprende una serie de indicadores, son evaluados a partir de una escala de valores asignada previamente (Ej. valoración alta: 10 puntos; media: 5 puntos; baja: 0 puntos). La suma de todos los puntajes otorga un valor que, a través de la comparación entre distintos recursos o atractivos evaluados, permite determinar la potencialidad y jerarquía para ser incluido, o no dentro de una propuesta de circuito turístico-cultural.

La matriz propuesta se elaboró considerando la metodología propuesta por Domínguez de Nakayama (1994), Daverio et al. (2001) y Flier et al. (2005).

Cuadro 2: Matriz de evaluación cuali-cuantitativa del potencial turístico de recursos del patrimonio cultural.

ATRIBUTOS	INDICADORES	VALORACION			RESULTADO/PUNTAJE
		ALTA (10 puntos)	MEDIA (5 puntos)	BAJA (0 puntos)	
ATRACTIVIDAD					
	1. Singularidad				
	2. Autenticidad				
	3. Diversidad				
	4. Valor emocional				
	5. Grado de preservación				
	6. Capacidad de integración o tematización				
	7. Recursos o atractivos turísticos complementarios				
	TOTAL ATRACTIVIDAD				/ 70*
APTITUD					
	1. Tipo de actividad turística posible				
	2. Temporalidad				
	3. Capacidad de carga				
	4. Servicios y equipamientos turísticos disponibles				
	5. Servicios de apoyo				
	6. Grado de protección				
	7. Seguridad				
	TOTAL APTITUD				/ 70*
ACCESIBILIDAD					
	1. Accesibilidad temporal				
	2. Accesibilidad física o espacial				
	3. Accesibilidad administrativa				
	4. Accesibilidad económica				
	5. Accesibilidad de información/interpretación				
	6. Accesibilidad cultural				
	TOTAL ACCESIBILIDAD				/ 60*
	TOTAL ATRACTIVIDAD + APTITUD + ACCESIBILIDAD				/ 200**

* Máximo puntaje otorgado a cada atributo.

** Máximo puntaje a obtener por el recurso o atractivo a ser evaluado.

Fuente: Elaboración Toselli, C. (2005), en base a Nakayama (1994), Daveiro et al. (2001) y Flier et al. (2005).

Con relación a la propuesta de aplicación de una matriz de evaluación del potencial turístico es importante considerar que “todos estos aspectos requieren de una evaluación integral, para lo cual se propone un ejercicio que ayuda a establecer valores para cada uno de los aspectos considerados, más algunos otros que surgen por comparación. En realidad importa la secuencia de razonamientos necesarios para fundamentar un valor más que el valor mismo”.(Domínguez de Nakayama, 1994).

Tanto la aplicación de las fichas de inventario y de la matriz de evaluación del potencial turístico requieren de un trabajo en equipo, especialmente la matriz ya que requiere de la discusión entre un equipo profesional y en la práctica se hace necesario considerar las diversas apreciaciones para llegar a conclusiones razonadas y consensuadas.

5.2.1 Definición conceptual de atributos e indicadores

a) Atractividad

La atractividad depende de las cualidades intrínsecas del atractivo o recurso turístico, o bien de las preferencias de los usuarios, o de los cambios en las tendencias de la demanda turística. En ambos casos, esta situación tiene la capacidad de generar una determinada afluencia turística, ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional. Es importante considerar, especialmente, que el atributo “atractividad” debe ser evaluado de acuerdo al mercado al cual se pretende dirigir el atractivo o recurso.

Este atributo comprende los siguientes indicadores:

-Singularidad: carácter único, notoriamente diferente en el país/región, o bien, excepcional por su calidad o extrañeza.

-Autenticidad: verdadero, autóctono, originario del lugar.

-Diversidad: conjunto de elementos diferentes que enriquecen al recurso o atractivo.

-Valor emocional: preferencias de los usuarios con relación a las motivaciones internas, subjetivas y por lo tanto individuales, que determinan la preferencia de visita a determinados sitios.

-Grado de preservación.

-Capacidad de integración/tematización: “en el campo de la cultura es el hombre quien debe armonizar los elementos constitutivos, detectando el hilo conductor de las relaciones de sus antepasados y de sus contemporáneos y considerando la idea de que nada es casual: cada producto de la humanidad es la expresión de la multiplicidad de factores que inciden y se amalgaman con la capacidad creadora de cada individuo o de la comunidad en su conjunto. En el campo del turismo, la integrabilidad de los recursos culturales con otros análogos o con su ambiente natural, es importante para brindar al turista una imagen más compleja, que le permita tener una comprensión más plena del patrimonio territorial” (Domínguez de Nakayama, 1994)

-Otros recursos o atractivos turísticos complementarios.

Con relación al indicador “valor emocional” (dentro del atributo “atractividad”) es importante destacar que “es probablemente el aspecto menos apto para ser abordado evaluativamente ya que la aceptación o rechazo tiene relación con las motivaciones humanas y estas forman parte de la subjetividad de las personas. De allí la importancia de incorporar métodos de medición entre los usuarios donde se puedan evaluar preferencias, sensaciones, relacionando estas vivencias con la edad, la experiencia, el género, la curiosidad, la memoria y el estado anímico. Esto último depende de la propia sensibilidad del sujeto, su formación, esquema de valores. De esta manera es posible configurar, tanto el perfil del turista potencialmente captable, como los argumentos a utilizar con tal propósito” (Domínguez de Nakayama, 1994)7.

b) Aptitud

La aptitud del recurso o atractivo, corresponde a las condiciones que favorecen su inserción a la actividad turística.

Los indicadores a considerar dentro de esta variable son:

-Clasificación de actividades turísticas posibles: apreciación que resulta de considerar tanto las condiciones del medio físico y/o construido y la realización de determinadas actividades (observación, fotografía, caminatas, cabalgatas, etc.).

-Estacionalidad: Período o época más aptos para visitar el recurso o atractivo debido a condiciones climáticas. Es importante considerar dentro de este indicador que el medio sea apto sólo en determinadas épocas para una actividad, o que sea más aconsejable realizarla en ciertas horas o momentos del día.

-Capacidad de carga: este indicador está directamente vinculado con la vulnerabilidad del bien. De acuerdo a Cevallos Lascurain (1994) "la capacidad de carga turística es la capacidad de carga del medio ambiente biofísico y social en relación exclusivamente a la actividad y el desarrollo turístico. Se refiere al nivel máximo de visitantes e infraestructura que un área puede soportar sin que se provoquen efectos detrimentes sobre los recursos y se disminuya la calidad de satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área». Por lo tanto, la capacidad de carga puede ser medida en términos ecológicos, sino también en términos psicológicos y socioculturales. Es decir, en un área habrá un límite físico-ambiental (mts² por persona, contaminación del agua, suelo, aire, impacto a la flora y fauna, etc.) lo cual plantea la necesidad de considerar la intensidad de uso del recurso o atractivo, para lo cual es preciso tener en cuenta el número de personas que pueden disfrutar simultáneamente del recurso o atractivo, así como la frecuencia. Asimismo, existe un límite psico-social que determina en qué forma puede afectar el desarrollo de la actividad a la comunidad local y a los mismos turistas.

-Servicios y equipamientos turísticos disponibles.

-Servicios de apoyo: infraestructura básica para uso del visitante (sanitarios, agua potable etc.)

-Grado de protección: si el área se encuentra protegida legalmente.

-Seguridad: se relaciona con todos aquellos aspectos que no impliquen riesgos o situaciones de peligro para los visitantes.

c) Disponibilidad o Accesibilidad

De acuerdo a Juan Tresserras y Matamala (2005 aa) "el paso de un recurso patrimonial a producto cultural se realiza en tres fases: identificación, conceptualización, creación y gestión del producto cultural. [...por lo tanto] garantizar la accesibilidad es la clave para la creación de productos culturales susceptibles de integrarse en una oferta de turismo cultural". En este sentido, entonces es importante considerar la disponibilidad, o accesibilidad al recurso o atractivo a los visitantes, ya sea en su dimensión temporal, físico/espacial, económica, administrativa, de información y cultural.

-Accesibilidad temporal: Se relaciona con la posibilidad de acceder al sitio en diferentes épocas del año, días de la semana u horas de día. Puede haber factores limitantes de carácter natural o climático (crecientes, lluvias, nevadas, etc.), o artificial (normas restrictivas impuestas por autoridad competente).

-Accesibilidad física o espacial: Se refiere tanto a la posibilidad de llegar hasta el recurso o atractivo, como a la movilidad dentro del mismo. Por lo tanto, hay una "accesibilidad física externa" (existencia y posibilidad de utilización de vías de acceso físicas como así también de medios de transporte). Aquí se tiene en cuenta también la distancia o

proximidad entre el recurso y los centros turísticos, o bien lugares donde se prestan los servicios turísticos básicos, el estado de las vías de acceso (tipo de calzada, mantenimiento, señalización, etc), los medios de transporte y la frecuencia, considerando la posibilidad de acercarse a aquellos usuarios sin movilidad propia.

La "accesibilidad física interna" se refiere a la existencia y posibilidad de utilización de caminos, senderos internos, etc. Con respecto a esto es importante, como en el punto anterior, considerar el estado de los mismos, señalización que permita a los visitantes moverse adecuadamente dentro del lugar, así como medios de transporte y frecuencia, si es fueran necesarios para recorrer el sitio "in situ".

Como en el indicador anterior, la accesibilidad física o espacial puede presentar factores limitantes, tanto naturales como artificiales. Asimismo, es importante evaluar en este punto la movilidad para personas con capacidades diferentes.

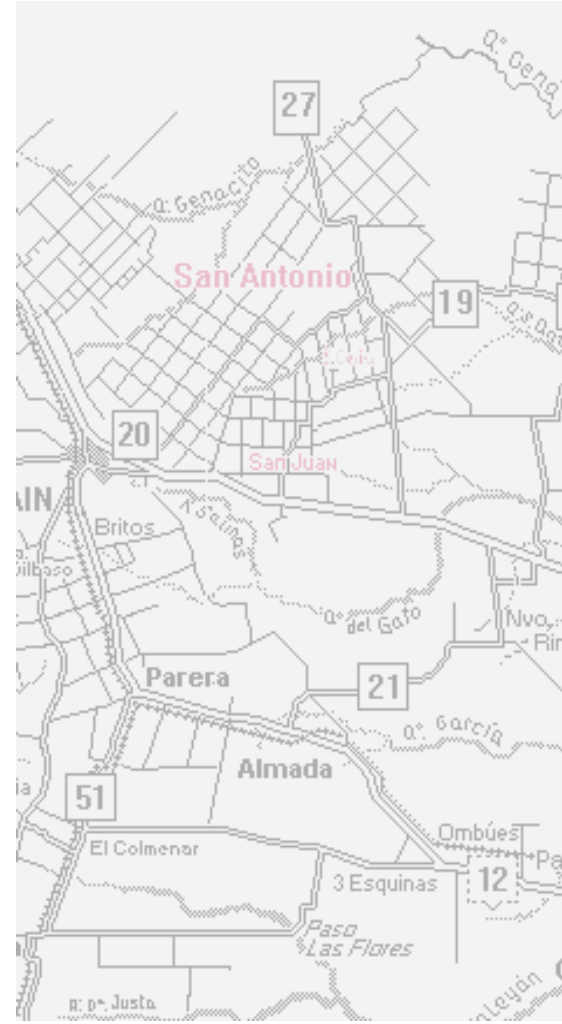
-Accesibilidad administrativa: Se refiere al permiso para acercarse o ingresar al recurso o atractivo. Admite diversos grados según quien sea el titular del dominio (estatal o privado), y a qué régimen esté sometido. Es importante, tener en cuenta que en el caso que el recurso o atractivo cumpla con las condiciones de atractividad y aptitud, por alguna razón existe una disposición que no permite la visita al recurso, éste debe excluirse. En este sentido existe una gama amplia entre la prohibición y la accesibilidad absoluta, que pasa por la visita con autorización previa, con pago de arancel, la presentación de determinada documentación, o bien, tener determinado tipo de conducta (no fumar, no sacar fotografías, etc).

-Accesibilidad económica: Se relaciona con la política de precios. De acuerdo a Juan Tresserras y Matamala (2005 aa) si se considera la importancia que el público tenga acceso al patrimonio "es necesario desarrollar estrategias con una política definida de precios de servicios y productos adecuados, tanto a la ciudadanía como a los visitantes".

Accesibilidad de información: Se refiere a la disponibilidad de información por parte del visitante, tanto antes del viaje, como una vez llegado al lugar. "La principal necesidad de cualquier tipo de turista es acceder a la propia información, tanto antes de iniciar el viaje como durante su estancia en el lugar de destino; en ambos casos está cobrando cada vez más relevancia el uso de las tecnologías de información. Y evidentemente, los puntos básicos que demanda este tipo de turistas son: cómo llegar, dónde comer, dónde dormir, y las actividades culturales que ofrece la zona" (Juan Tresserras y Matamala, 2005 aa).

-Accesibilidad cultural: Es importante comunicar "normas básicas que le permitan al visitante poder interpretar el recurso cultural con su formación u aprendizaje previo. Los responsables de la puesta en valor de recurso deben hacer llegar un mensaje educativo adaptado al perfil de los visitantes y presentar una señalética acorde a los mismos y a su forma de acceso y de uso....Diferencias de religión, valores, códigos éticos pueden interferir con facilidad por lo que es necesario comunicar para evitar conflictos [...] La información ofrecida no debe quedarse únicamente en la explicación genérica y de acceso al recurso sino que también debe advertir desde el respeto a la intimidad para visitar patios y casas particulares, a indicaciones para fotografiar determinadas manifestaciones culturales o ser el uso de vestimenta adecuada para visitar edificios y conjuntos religiosos o incluso explicar en qué consiste un determinado plato o producto gastronómico. Otras veces el propio producto turístico cultural precisa de una mayor dosis de esfuerzo para contextualizar y situar a los visitantes" (Juan Tresserras y Matamala, 2005 aa). Sin embargo, tal como lo plantea Morales Miranda (2001) es importante en las técnicas de interpretación no herir la susceptibilidad de los habitantes.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a la categorización propuesta por la Organización de Estados Americanos (OEA), las aldeas corresponden a la categoría "Manifestaciones Culturales" y "Acontecimientos programados", ya que es posible encontrar allí patrimonio cultural tangible e intangible y expresiones culturales, tales como fiestas, tradiciones y costumbres de los alemanes del Volga traídas a nuestro país en el Siglo XIX y preservadas hasta el presente.

Su inserción y articulación dentro del circuito "Pueblos del Sur Entrerriano" es de vital importancia para su desarrollo como producto turístico cultural. Esto les permite, tanto a las localidades principales (Gualeguaychú, Urdinarrain) como a las más pequeñas, en este caso las aldeas, fortalecerse mutuamente. En el caso de Gualeguaychú, el circuito le otorga un valor añadido, ya que le da la posibilidad de diferenciación y/o diversificación de su oferta de "río y playa" y "carnaval", al tiempo que le permite pensar en nuevas estrategias por encontrarse en la etapa de "destino maduro" (Juan Tresserras y Yáñez, 2005; André, et al., 2005). En el caso de las aldeas esta situación representa una oportunidad ya que, tal como lo plantea Bonet (2003) en las estrategias de desarrollo posible "con frecuencia, un elemento aislado [...] tiene muy poca capacidad de sobrevivir en el denso mercado mediático de las ofertas turísticas. Por este motivo, es conveniente integrarse en la promoción de itinerarios regionales o en redes temáticas, o asociarse con otros puntos de atracción turística que busquen ofertas complementarias (actividad o ruta alternativa por las afueras de una gran ciudad o para días de lluvia en una zona de playa)". Por lo tanto, aunque se insertan como un producto complementario a la oferta de la ciudad cabecera de Departamento, Gualeguaychú, esto les permite una mayor difusión y desarrollo de sus posibilidades turísticas, que de otro modo no serían posibles, o significarían mayores esfuerzos de promoción y comercialización.

Con relación al turista que las visita está dentro de la categoría de turismo doméstico o turismo interno (Juan Tresserras y Yáñez, 2005) y de "turismo de proximidad", ya que provienen de las zonas urbanas y metropolitanas realizando desplazamientos de corta duración (visita de un día, fines de semana). Por otra parte, de acuerdo a la clasificación de Bonet (2005aa) sobre el turista cultural, se podría afirmar que nos encontramos con una tipología de turista "curioso" y "aficionado". No obstante, en los últimos dos años se han hecho importantes esfuerzos para atraer a un segmento de turismo más específico – el turista "apasionado"– que se caracteriza por provenir de la gran ciudad (en este caso Buenos Aires, principal centro emisor) en busca de tranquilidad, autenticidad, trato amable, y con una gran necesidad de «volver a los orígenes». En este punto, es interesante destacar que en el caso de Aldea San Antonio, ésta ha sido visitada en el último tiempo por turismo europeo (entre ellos alemanes, franceses e ingleses) aunque de manera muy esporádica. Sin embargo, se podría visualizar en esto una posibilidad de abrir estos destinos a un tipo de consumidor proveniente de mercados industrializados, cada vez más informado, más exigente, con gran conciencia acerca de la sustentabilidad ambiental y cultural.

Con relación a la oferta turística de Aldea San Antonio está mucho más desarrollada con respecto a las otras aldeas, ya sea por cuestiones de accesibilidad, infraestructura, servicios básicos, así como la existencia de emprendimientos turísticos del sector privado.

Por su parte, Aldea San Juan, es la que mejor conserva su estructura y trazado original, con construcciones del tipo «ladrillera», que datan de la época de su fundación y constituyen verdaderas reliquias históricas. Posiblemente, de las tres es la que tiene mayor atractivo para el turismo cultural. Sin embargo, en lo que hace a turismo no está organizado ni a nivel público, ni privado. Y tanto en ella, como en Aldea Santa Celia, el equipamiento y el servicio para los turistas es inexistente, no hay un área específica de turismo, como así tampoco iniciativas privadas orientadas a brindar servicios turísticos,

por lo que se ofrecen como paseo complementario a los visitantes que llegan a Aldea San Antonio.

Es importante resaltar los esfuerzos que se han realizado con relación a la accesibilidad temporal ya que se brinda un programa de visitas concertadas, o previa reserva, y la difusión de contacto previo con los operadores para evitar inconvenientes, como así también los esfuerzos relacionados con la difusión y la promoción.

Para sintetizar los aspectos esbozados en el análisis del estado del turismo cultural en las aldeas se elaboró un cuadro FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)⁹.

Cuadro 3: DAFO sobre el turismo cultural en las Aldeas.

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> -Preservación de un rico patrimonio cultural tangible e intangible basado en el legado cultural inmigrante y ritmo de vida tranquilo, atractivos coincidentes con las nuevas demandas turísticas. -Ubicación cercana a centros urbanos emisores. -Convicción de ciertos sectores de la comunidad en la importancia de conservar y dar a conocer el legado cultural de sus antepasados. -Comunidad con voluntad de trabajo, constancia y dedicación. -Conjunto de aldeas que presentan una unidad geográfica y cultural homogénea.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> -Articulación con el circuito turístico-cultural "Pueblos del Sur Entrerriano", lo cual le permite una mayor difusión y promoción de su oferta. -Aumento en las demandas turísticas orientadas al turismo rural y cultural. -Ubicación estratégica con relación al Mercosur, y cercanía a los principales centros emisores de turismo interno del país, como es la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. -Posibilidad de profesionalización de recursos humanos locales a través de carreras especializada en turismo y hotelería ubicadas en la región.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> -Inexistencia de inventarios o relevamientos locales del patrimonio cultural. -Inexistencia de programas de recuperación u ordenanzas de protección del patrimonio cultural. -Falta de una estrategia de trabajo conjunta entre el sector público y el sector privado para desarrollar las Aldeas como un producto turístico-cultural integrado. -Falta de políticas locales que apoyen microemprendimientos turísticos o iniciativas del sector privado. -Difusa conciencia turística entre los habitantes. -Dificultades con relación a la accesibilidad espacial, señalización, vías de acceso.
Amenazas	<p>A nivel provincial:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Falta de legislación, inventarios y/o programas de preservación del patrimonio cultural de los poblados rurales. -Falta de un programa de preservación o recuperación del patrimonio cultural. -Inexistencia de un programa de mejoras de caminos y rutas. -Existencia de productos similares en el mercado turístico.

Es importante destacar, tal como lo afirma De Gregorio (2005), que las fortalezas y las debilidades son aspectos dinámicos, por lo tanto, una misma característica será fortaleza o debilidad en función de la evolución del entorno y de la actuación del resto de los productos u ofertas similares en su ámbito. En este sentido, por ejemplo, el tema de la accesibilidad espacial, si bien es considerada por sus habitantes y por varios referentes clave como una debilidad, posiblemente ha favorecido la preservación de su patrimonio hasta la actualidad, y en definitiva es lo que le otorga su encanto o atractivo actual a las aldeas.

Con relación a los aportes posibles en la aplicación de las herramientas propuestas en el presente trabajo para la elaboración de inventarios y la jerarquización turística de los recursos o atractivos del patrimonio cultural es importante considerar que el patrimonio de las aldeas es muy rico en sus diferentes manifestaciones. Parte del mismo ha sido puesto en valor, pero otro se desconoce totalmente, ya que existen importantes vacíos con relación a este tipo de información.

Por lo tanto, la aplicación de estas herramientas posibilitarían:

- diseñar un producto turístico-cultural integrado entre las tres aldeas, en el cual se destaquen los atractivos propios de cada una, pero que resulten a la vez complementarios;
- fundamentar el pedido de financiamiento para recuperar o preservar determinados bienes del patrimonio cultural de alta significación para la comunidad local;
- fundamentar la necesidad de implementar una legislación que proteja el patrimonio de las aldeas;
- conocer con profundidad aspectos relacionados con el patrimonio local para su difusión entre la comunidad local.

Y en lo concerniente a lo propiamente turístico, posibilitaría:

- redescubrir en el patrimonio cultural existente nuevos atractivos que permitan ampliar la oferta turística actual;
- colaborar en los procesos de incremento de la estadía turística promedio, así como atenuar la estacionalidad, hecho del que podrían beneficiarse no sólo las aldeas, sino los centros urbanos cercanos, como Gualaguaychú, ciudad cabecera de Departamento y centro turístico, o Urdinarraín, entre otros;
- brindar información de base para incorporar en folletos, mapas, y/o material de promoción y difusión;
- plantear la posibilidad de desarrollar museos de sitio.

Por otra parte, la metodología propuesta podría ser replicable en otros sitios de similares características en Argentina, ya sea por su población descendiente de inmigrantes de alemanes del Volga, o de otras corrientes migratorias, o bien, por estar ubicados en zonas rurales, o en regiones transfronterizas (debido a su proximidad con el país vecino de Uruguay).

6.1. Recomendaciones y posibles propuestas a futuro

En la exploración que se ha realizado para mejorar la aplicación de herramientas metodológicas para circuitos de turismo cultural, el presente trabajo además de proponer la realización de inventarios y de una matriz de evaluación y jerarquización, quiere dejar planteada una tercera herramienta, que sería la de indicadores de evaluación de circuitos turístico-culturales.

A continuación se tratan de plantear de manera sintética algunos criterios que podrían ser considerados a la hora de diseñar una ficha de indicadores de evaluación, tomando como base algunos criterios de indicadores elaborados en el marco del proyecto HICIRA, financiado por el Programa Cultura 2000, Unión Europea¹⁰:

Cuadro 4: Propuesta preliminar de indicadores de evaluación de circuitos de turismo cultural.

Características generales del circuito	Denominación del circuito; inventarios en los que se haya basado el diseño del circuito actual; autores que diseñaron el circuito; inclusión en algún paquete turístico; características del visitante que realiza el circuito; época y horarios en que se realiza; momentos de mayor afluencia de visitantes; distancia desde donde se desplazan para disfrutar del circuito; principales motivaciones del visitante; tiempo de permanencia.
Características específicas del circuito	Eje o ejes temáticos principales; lugar de inicio y finalización, modalidad (acompañamiento de guía, autoguiado, charlas previas, etc.); tipo de material impreso que se brinda al visitante; medio o medios utilizados para recorrerlo; grado de participación del visitante durante el recorrido; tiempo de duración; longitud o Km. que se recorren; cartelera o señalización disponible en los sitios visitados.
Contenido del circuito turístico-cultural	Orden de secuencia en que se visitan los diferentes atractivos; sitios de compras, paradas para observación, etc.; objetos del patrimonio cultural local bienes tangibles mueble que se muestran al visitante durante el recorrido; degustación de platos típicos comentando sus características o ingredientes más relevantes; aspectos relacionados con el patrimonio cultural intangible (leyendas, historias, cantos, fiestas, etc.); recursos o atractivos naturales complementarios que integran el circuito.
Participación local	Grado de participación y formas de gestión de las autoridades locales en el desarrollo del circuito. Grado de implicación y formas de participación de la población local

Fuente: Elaboración Toselli, C. 2005.

De acuerdo a Juan Tresserras y Matamala (2005) "la mayor parte de los destinos están desarrollando estrategias de tematización o de multitematización de su territorio para la presentación de productos de turismo cultural orientados tanto al turismo de proximidad como al turismo internacional. El patrimonio cultural suele ser la base sobre la que se estructuran la mayor parte de las propuestas. Este tipo de realizaciones generalmente reúne diferentes equipamientos o instalaciones bajo un mismo hilo conductor, que permite tanto el conocimiento de la evolución histórica de la ciudad, como un periodo cronológico que permite destacar algún aspecto diferencial o singular o un determinado personaje de renombre internacional".

En este sentido, se podría plantear la elaboración de una estrategia que permitiera la instalación de la marca o producto turístico cultural "Aldeas Alemanas del Volga", como circuito temático, que podría comprender diversas instancias:

-a nivel provincial se podría pensar en el diseño de un producto turístico-cultural que promocionare el conjunto de Aldeas Alemanas del Volga en la provincia, haciendo sinergia entre la propuesta de las aldeas del Departamento de Gualeguaychú con la de las Aldeas del Departamento de Diamante y de Paraná.

-a nivel nacional, teniendo en cuenta que existe una corriente de turistas alemanes que vienen a la Argentina, se podría pensar en la posibilidad de captación dentro de este segmento, a aquel más específicamente interesado en turismo cultural, y plantear la elaboración de un programa similar al de las colonias judías "Programa Shalom

Argentina", que permitiera rescatar y difundir el legado cultural de los alemanes en el país, armando así un producto turístico cultural diferenciado, muy específico, pero que integrado a nivel país podría ayudar a la promoción y difusión de las propuestas que hacen en forma individual las propias localidades.

Por otra parte, se podría pensar en articular esta propuesta dentro de un programa nacional, hecho que en algún momento se planteó desde la Secretaría de Turismo de la Nación, articulando todos los sitios del legado cultural inmigrante en Argentina como un producto turístico cultural integrado, que vincule el patrimonio de las distintas corrientes que llegaron al país durante el siglo XIX y principios del XX.

Notas

¹ Esta diferencia de categorías se basa en el número de habitantes. Es decir, aquellas localidades que tienen menos de 5.000 habitantes son de segunda categoría, y las que tienen entre 300 hasta 1.500 habitantes son Juntas de Gobierno. En estas últimas el Presidente es elegido por el Gobernador de la Provincia de Entre Ríos.

² Mercado Común del Sur formado por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

³ La Asociación Alemana "Gewohnheit" es la institución encargada del rescate de las tradiciones de los antepasados. Cuenta con sede, ballet de niños y adolescentes que representan la música y danzas alemanas; y un grupo de mujeres encargadas de la elaboración y exhibición de las recetas de las abuelas. Lleva adelante un emprendimiento de tipo turístico-cultural donde se ofrece al visitante la posibilidad de conocer la historia de la inmigración de los alemanes del Volga a esta zona, sus costumbres, tradiciones, y disfrutar de la gastronomía y repostería alemana.

⁴ Municipalidad de Gualaguaychú: http://www.gualeguaychuturismo.com/mas_info_pueblodelsur.htm y Municipalidad de Urdinarrain: <http://www.urdi.com.ar/pueblosur.php>

⁵ Máximo puntaje otorgado a cada atributo.

⁶ Máximo puntaje a obtener por el recurso o atractivo a ser evaluado.

⁷ Sobre este punto particular es interesante relacionar lo que plantea Bonet (1998) con relación al consumo cultural: "para conocer realmente los factores fundamentales que explican el consumo cultural es necesario preguntar a la gente por las razones que las han llevado a practicar o a consumir un determinado producto cultural". De esta manera considera necesario adentrarse en los aspectos que conforman la formación del capital humano de los individuos – dentro del cual se incluye el "capital cultural" - es decir, la experiencia que dirige las preferencias del consumidor hacia los bienes que conoce mejor. En este sentido, el entorno familiar y la experiencia anterior son las claves que explican el comportamiento y la formación de las preferencias del público. La aplicación de estos conceptos también en el ámbito del turismo cultural, permitirán diferenciar distintas tipologías de turistas culturales, como así también diseñar estrategias de promoción, a diferentes escalas.

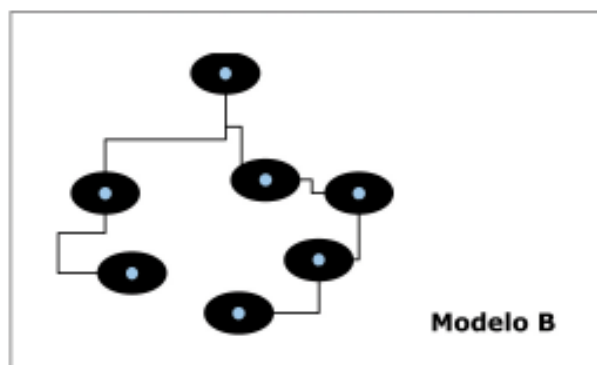
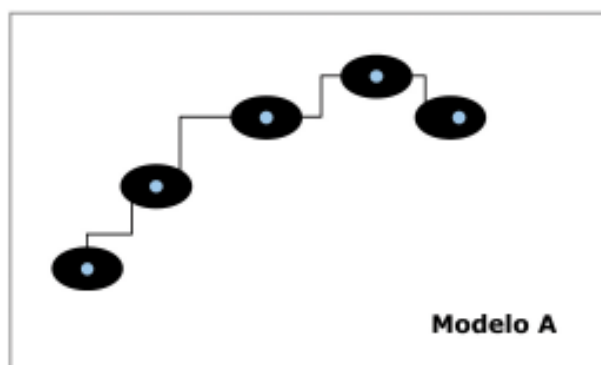
⁸ Los indicadores de accesibilidad económica, de información y cultural podrán ser incluidos en la Matriz de Evaluación, en el caso tratarse de un atractivo, y no de un recurso turístico (considerando que el primero posee una determinada afluencia turística, dispone de ciertos servicios, sistemas de comercialización, etc., en tanto que el segundo no).

⁹ De acuerdo a de Gregorio (2005) "se entiende por fortalezas y debilidades aquellas características propias del establecimiento/organización [...] y por] oportunidades y amenazas aquellas características o situaciones externas que favorecen o dificultan el logro de los objetivos del establecimiento / organización".

¹⁰ Ficha de "Indicadores de Evaluación de equipamientos patrimoniales" y ficha "Indicadores de Evaluación de Centros de Interpretación del patrimonio" elaboradas por Juan Tresserras y Matamala Mellín (Universidad de Barcelona, España) y Zanna (Università degli Studi di Palermo, Italia), proyecto HICIRA, Programa Cultura 2000, Unión Europea.

GLOSARIO

Atractivo turístico	<p>Cualquier objeto, lugar, acontecimiento o manifestación cultural adecuadamente preparado para la recepción de visitantes que tiene un interés turístico, es decir que motiva a un turista a visitarlo o conocerlo.</p>
Circuito turístico	<p>Con relación al término circuito turístico André et. al (2005) establecen que el turista puede adoptar distintos modelos de desplazamientos. Uno de ellos es el modelo "Inter-nodal" o "Circuito", que "es un desplazamiento lineal con diferentes enclaves para la pernoctación, el cual puede finalizar en el punto inicial o no". Los dos modelos de circuito turístico se pueden observar en el gráfico a pie de página (Modelo A y Modelo B). En tanto, Laplante y Troittier (2005) proponen la siguiente definición: "un circuito es un recorrido generalmente circular que realiza un turista para frecuentar los atractivos que forman un conjunto. De hecho un circuito es un producto cultural resultante de la unión secuencial de un conjunto de productos culturales diversos y variados.</p>
Jerarquización y categorización	<p>Aquí se consideraron los conceptos vertidos en el documento "El Turismo Cultural como parte del Mercado Turístico" (Juan Tresserras y Yáñez, 2005) el cual remarca la importancia de contar con un inventario o lista de los recursos y/o atractivos turísticos adecuadamente jerarquizados para diseñar un producto turístico. Asimismo, plantea que los atractivos se pueden jerarquizar y categorizar para lograr un uso correcto de los mismos a fin de evitar que sean subutilizados o hiper-utilizados. En tal sentido, este documento que jerarquizar "implica comparar los atractivos turísticos pertenecientes a un universo de estudio, con las condiciones establecidas en una escala de importancia, de manera que se le asignan diferentes jerarquías. En la jerarquización intervienen diferentes características que se consideran pueden hacer más o menos atractivos para el turista un recurso o atractivo. Algunas de estas características son: singularidad, seguridad, facilidad de acceso, información disponible, etc. Todas estas características son evaluadas de acuerdo al mercado al cual se pretende dirigir el atractivo o recurso. En tanto que, categorizar "implica ordenarlos tomando en cuenta una serie de variables como el tipo de recurso que son, las actividades que implican o el equipamiento o infraestructura a la que están asociados. Existen diversas alternativas para las categorizaciones e incluso se suelen dividir en subtipos. A manera de ejemplo se presenta una categorización comúnmente utilizada, en la que se distinguen las siguientes categorías: 1) Sitios naturales: Son los elementos propios del entorno como el paisaje, la fauna y la flora de un área; 2) Manifestaciones culturales: Se refiere a las distintas expresiones culturales de un país, desde épocas ancestrales, tales como vestigios arqueológicos, monumentales, históricos, hasta el conjunto de tradiciones y costumbres existentes en el presente; 3) Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas: conformadas por aquellas obras cuyo carácter es actual y que demuestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, presentando características singulares y relevantes de interés turístico; 4) Acontecimientos Programados: Comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales que pueden atraer a los turistas como espectadores o como actores".</p>



<p>Patrimonio Cultural</p>	<p>Con relación a los conceptos referidos Patrimonio Cultural se consideraron los documentos y declaraciones internacionales de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). De acuerdo, a la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural celebrada por la UNESCO en 1972, se define como "patrimonio cultural":</p> <p>-los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia;</p> <p>-los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia;</p> <p>-los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.</p> <p>En tanto, el concepto de patrimonio propuesto por el ICOMOS en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural (1999) "es amplio e incluye sus entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales. Registra y expresa largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales, locales, indígenas y es parte integrante de la vida moderna".</p> <p>A su vez el Patrimonio Cultural presenta distintas categorías o clasificaciones. Ellas son Patrimonio Cultural Tangible o Material y Patrimonio Cultural Intangible o Inmaterial. Sobre estas clasificaciones se han tomado como base los conceptos enunciados por la UNESCO, como organismo de referencia internacional, y las definiciones de la Dirección General de Patrimonio (DGPat) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, como organismo de referencia a nivel local.</p> <p>En los últimos años la UNESCO ha puesto especial hincapié en la definición del Patrimonio Intangible o Inmaterial. De acuerdo a la "Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial", celebrada en 2003, el patrimonio cultural inmaterial incluye "los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.</p> <p>Asimismo, afirma que "estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat" (UNESCO, 2005).</p> <p>Con relación al Patrimonio Cultural Tangible la DGPat (2002) establece que "son aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales, productos de la arquitectura, el urbanismo, la arqueología, la artesanía, etc., [y] se dividen en dos categorías: Inmuebles y Muebles.</p> <p>Los bienes inmuebles se refieren a una manifestación material, imposible de ser movida o trasladada: una obra de la arquitectura civil, religiosa, militar, doméstica, industrial, como así también sitios históricos, zonas u objetos arqueológicos, una calle, un puente, un viaducto, entre otras. También se incluye en esta categoría a los vitrales, los murales, las esculturas, el amoblamiento que, como parte integral del patrimonio cultural inmueble, deben ser preservados con relación a las estructuras y medio ambiente para los que fueron diseñados. De lo contrario, se alteraría su carácter e integridad.</p> <p>[En tanto] los bienes muebles son manifestaciones materiales, elementos u objetos que pueden ser movidos o trasladados, por ejemplo un cuadro, una lámpara, un escritorio, una alfombra, etc. Incluye todo tipo de objetos que no estén fijos ni conectados en forma directa a estructuras, arquitectura o sitios."</p> <p>Con referencia a esta última categoría, la UNESCO en el documento "Recomendación sobre la Protección de los Bienes Culturales Muebles" (1978), los define como "todos los bienes amovibles que son la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tienen un valor arqueológico, histórico, artístico, científico o técnico, en particular los que corresponden a las categorías siguientes: i) el producto de las exploraciones y excavaciones arqueológicas, terrestres y subacuáticas; ii) los objetos antiguos tales como instrumentos, alfarería, inscripciones, monedas, sellos, joyas, armas y restos funerarios, en especial las momias; iii) los elementos procedentes del desmembramiento de monumentos históricos; iv) los materiales de interés antropológico y etnológico; v) los bienes que se refieren a la historia, incluida la historia de las ciencias y las técnicas, la historia militar y social, así como la vida de los pueblos y de los dirigentes, pensadores, científicos y artistas nacionales y los acontecimientos de importancia nacional; vi) los bienes de interés artístico; vii) los manuscritos e incunables, códices, libros, documentos o publicaciones de interés especial; viii) los objetos de interés numismático (monedas y medallas) o filatélico; ix) los documentos de archivos, x) el mobiliario, los tapices, las alfombras, los trajes y los instrumentos musicales; xi) los especímenes de zoología, de botánica y de geología.</p>
-----------------------------------	--

Recurso turístico	Cualquier objeto, lugar, acontecimiento o manifestación cultural en la que se estima existe un potencial para el uso turístico, pero que aún debe ser desarrollado para un uso adecuado por parte de los visitantes.
Turismo Cultural	<p>En el año 1976 en Bélgica en el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo organizado por el ICOMOS (International Council on Monuments and Sites se adopta la primer Carta del Turismo Cultural. En la misma se reconoce que el turismo es un hecho social, humano, económico y cultural irreversible y comienza a ser visto como uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre en general y de los monumentos y sitios en particular. De esta manera define al turismo cultural como "aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada". Sin embargo, en esta Carta los turistas eran vistos como una amenaza para la integridad del lugar visitado, y por consiguiente para el patrimonio.</p> <p>Estos conceptos se revisan en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural, 8º Borrador aprobada por el ICOMOS, en México en 1999, debido a que el turismo experimenta un gran crecimiento como así también cambios en actitudes y metodologías.</p> <p>El nuevo documento señalaba que una de las principales causas de la conservación es la posibilidad de que el lugar u objeto sea accesible a los visitantes en una manera controlada, ya que sin el conocimiento de la importancia que ciertos lugares tienen como patrimonio se dificulta la obtención de los recursos necesarios para su preservación.</p> <p>Asimismo, establecía que los sitios del patrimonio y las culturas tradicionales constituyen atractivos turísticos a nivel mundial, por lo que turismo y preservación deben complementarse ante estas nuevas tendencias, ya que ambas actividades orientadas con inteligencia permiten proteger el acervo patrimonial, e incluso producir los recursos necesarios para asegurar su mantenimiento.</p> <p>Autores, como Richards (2000) proponen una definición conceptual del turismo cultural un poco más amplia la cual se basa en el modo en que los turistas consumen la cultura: "En la cultura podemos ver algo que abarca lo que piensan las personas (actitudes, creencias, ideas y valores), lo que hacen las personas (pautas de comportamiento normativo o modos de vida) y lo que fabrican las personas (obras de arte, artefactos, productos culturales). La cultura, por lo tanto, se compone de procesos (las ideas y el modo de vida de las personas) y de los productos de esos procesos (edificios, artefactos, arte, tradiciones, ambiente). Si consideramos la cultura de ese modo, el turismo cultural no sólo implica la visita de lugares y monumentos, sino que se amplía también al consumo del modo de vida de aquellas zonas que se visitan. De este modo define el turismo cultural como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales. Conforme a esta definición, el turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región".</p>

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

ANDRÉ, M., ARCARONS, R.; MONTANER, J.; SERRANO, D. (2005). Agentes, Políticas y Mercado Turístico, Módulo A2, Tema 1, Diploma de Postgrado en Turismo Cultural, Universidad de Barcelona.

BALLART HERNÁNDEZ, J.; JUAN TRESSERRAS, J. (2005). Gestión del patrimonio cultural. Barcelona, Ed. Ariel, (2da. edición).

BONET, L. (1998). Formación de público y consumo cultural», Zapata Jaramillo, C. M. [ed.]. En Gestión cultural de Iberoamérica y el Caribe, III Congreso Iberoamericano y del Caribe sobre Gestión Cultural, Medellín.

BONET, L. (2003). Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica". En Análisis Sectoriales: Estudio Compartido sobre "Turismo y Cultura", Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, www.gestioncultural.org (fecha de publicación; junio de 2003; fecha de consulta: mayo de 2005)

BONET, L. (2005 a). Bases y Conceptos del Turismo Cultural, en Módulo Políticas y Estrategias Internacionales de Turismo Cultural, Posgrado en Turismo Cultural, Universidad de Barcelona.

BONET, L. (2005 aa). Recurso Cultural, Mercado Cultural y Turismo Cultural. En Agentes, Políticas y Mercado Cultural, Documento de Base (Módulo A 1), Posgrado en Turismo Cultural, Universidad de Barcelona.

BURBRIDGE, H. (1999). El turismo cultural. En Política Turística Argentina, Buenos Aires, Ladevi Ediciones.

CAPURRO, M. (2001). El patrimonio intangible como herramienta de Gestión Cultural en una pequeña comunidad. Experiencia piloto. En Primeras Jornadas de Patrimonio Intangible "Memorias, identidades e imaginarios sociales", Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, Secretaría de Cultura, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Buenos Aires.

CASAS, J. P. (2005). Gauchos alemanes. En Clarín, Sup. Viajes, Buenos Aires, 16 de enero de 2005.

CEBALLOS LASCURAIN, H. (1994). Estrategia nacional de ecoturismo para México, Secretaría de Turismo, México D.F.

CENTRO INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO (CICOP, Argentina) (1997). Patrimonio Intangible. Ponencias. Primeras Jornadas del MERCOSUR sobre Patrimonio Intangible, Ente de Cultura, Municipalidad del Pdo. de Gral. Pueyrredón, Mar del Plata.

CENTRO INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO (CICOP, Argentina) (1999). Ficha "Inventario Integral del Patrimonio Arquitectónico Urbanístico Ambiental" aplicado a la Municipalidad de Vicente López (inédito).

COMISIÓN NACIONAL DE MUSEOS, MONUMENTOS Y LUGARES HISTÓRICOS - FONDO NACIONAL DE LAS ARTES - INTERNATIONAL COUNCIL ON MONUMENTS AND SITES (ICOMOS, ARGENTINA). Ficha "Programa de Inventario de Monumentos Históricos Nacionales", Buenos Aires.

COMISIÓN PARA LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, SECRETARÍA DE CULTURA, GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (2001).

Primeras Jornadas de Patrimonio Intangible "Memorias, identidades e imaginarios sociales", Buenos Aires.

DE GREGORIO, A. (2005). Introducción a la Gestión Estratégica del Turismo Cultural, Módulo C1, Posgrado en Turismo Cultural, Universidad de Barcelona.

DE MAHIEU, G.; BOZZANO, J.; TOSELLI, C.; TEN HOEVE, A. (2002). Comunidad local, patrimonio, ocio y desarrollo sustentable. En Análisis sectoriales: Estudio Compartido sobre Turismo y Cultura, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, Universidad de Barcelona, España. <http://www.gestioncultural.org/private/analisisSectoriales/articulos.jsp#> (Fecha de consulta: julio 2005).

DE MAHIEU, G.; DEL ACEBO IBÁÑEZ, E.; TOSELLI, C. (2000). Comunidad local, ocio y tiempo libre. El caso de los jóvenes de Gualeguaychú, Pcia. Entre Ríos, Argentina. En: Medio Ambiente y Ocio, Ed. Ciudad Argentina - USAL, Buenos Aires, 2000. http://www.salvador.edu.ar/vrid/imae/r_pubocio_esp8.htm (fecha de consulta: marzo de 2005).

DELGADO RUIZ, M. (2000). Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural. En El turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid.

DIRECCIÓN DE PATRIMONIO DEL MINISTERIO DE CULTURA, GOBIERNO DE COLOMBIA (2005). Patrimonio Inmaterial Colombiano. Inventarios. <http://www.mincultura.gov.co/patrimonio/patrimoniolnmaterial/secciones/inventarios/> (fecha de consulta: junio de 2005)

DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO, SECRETARÍA DE CULTURA, GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, 2004. Patrimonio Cultural Tangible. http://dgpat.buenosaires.gov.ar/display.php?page=izq_tan/patrim_tan.htm (fecha de actualización: 31 de agosto de 2002; fecha de consulta: 14 de abril de 2005).

DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO, SUBSECRETARÍA DEL PATRIMONIO CULTURAL, SECRETARÍA DE CULTURA DEL GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (2001). Programa de Difusión y Concientización "Buenos Aires: Patrimonio de Todos", Subprograma de Relevamiento y Mapeo de Edificios y Elementos de Valor Patrimonial de la Ciudad de Buenos Aires (inédito).

DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO, SUBSECRETARÍA DEL PATRIMONIO CULTURAL, SECRETARÍA DE CULTURA DEL GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (2001). Ficha de inventario de Edificios Representativos. (inédito).

DOMÍNGUEZ DE NAKAYAMA, L. (1994). Relevamiento Turístico, Centro de Estudios Turísticos del Instituto Superior de Turismo «Sol», Santa Fe.

FIRPO, A. (1998). Los alemanes en la provincia de Entre Ríos, Consejo Federal de Inversiones, Paraná.

FLEJAS, A. (2001). "La comarca de Gualeguaychú. Proyecto de integración, recuperación patrimonial y puesta en valor". En Estudios del IMAE N° 3 "Patrimonio, Ocio y Desarrollo Sustentable", Instituto de Medio Ambiente y Ecología, Ed. USAL. En: http://www.salvador.edu.ar/vrid/imae/r_pubestudios3.htm (Fecha de consulta: marzo de 2005)

FLIER, P.; FORTUNATO, N. (2005). Consolidación de la estrategia del turismo cultural como factor de desarrollo local y regional. Estudio de caso: el circuito histórico de las colonias judías del centro de la provincia de Entre Ríos, Universidad Autónoma de Entre Ríos (UADER), inédito.

FLORES, F. C. (2003). Vivienda y pautas culturales. La organización de la vivienda y el

espacio cotidiano en las colonias rusoalemanas de Argentina. En: Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9788, Vol. VII, Núm. 146(068), [http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(068\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(068).htm) (fecha de consulta: 4 de diciembre de 2006).

GANDARA, J. M.; SCHLÜTER, R. (Coord.), 2003. Gastronomía y Turismo. Una introducción, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), Buenos Aires.

GIRINI, L. (2002). Arquitectura , Industria y Progreso. Las bodegas vitivinícolas en el Centenario, Tesis Doctoral, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad de Mendoza (inédito).

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) – CIIC (Comité Internacional de Itinerarios Culturales). Definiciones. Tenerife, 8-9 de 1998. En <http://www.icomos.org/ciic/03.html> (fecha de consulta: octubre de 2001).

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) – CIIC (Comité Internacional de Itinerarios Culturales). Registro de proyecto de promoción de un itinerario cultural. En <http://www.icomos.org/ciic/13.html> (fecha de consulta: octubre de 2001).

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites). Carta del Turismo Cultural, Bélgica, 1976. En: www.icomos.org/docs/tourism_es.html (fecha de consulta: 2002)

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites). Carta Internacional sobre Turismo Cultural, 8º Borrador, México, 1999. En: http://www.icomos.org/tourism/tourism_sp.html (fecha de consulta: 2002).

INSTITUTO DE MEDIO AMBIENTE Y ECOLOGÍA, VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, UNIVERSIDAD DEL SALVADOR (IMAE-VRID-USAL) (2000). Revista Estudios del IMAE Nro. 3 "Patrimonio, Ocio y Desarrollo Sustentable. Integración, Recuperación y Desarrollo de las localidades del Departamento de Gualaguaychú", Buenos Aires, 2001. En: <http://www.salvador.edu.ar/vrid/imaer/pubestudios3.htm> (fecha de consulta: marzo de 2005).

INSTITUTO DE MEDIO AMBIENTE Y ECOLOGÍA, VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, UNIVERSIDAD DEL SALVADOR (IMAE-VRID-USAL) (2001). Ficha de relevamiento y mapeo de recursos patrimoniales y del ocio (inédito).

INSTITUTO DE MEDIO AMBIENTE Y ECOLOGÍA-IMAE, VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, UNIVERSIDAD DEL SALVADOR (IMAE-VRID-USAL) (2002). Ficha "Relevamiento y mapeo de recursos patrimoniales y del ocio – Patrimonio Tangible, Intangible y del Ocio", Programa "Comunidad local, patrimonio, ocio y desarrollo sustentable", Buenos Aires (inédito).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSO (INDEC) (2001). Censo Nacional de Población 2001.

JUAN TRESSERRAS, J. (2005). Patrimonio y Turismo: Una Alianza Estratégica. "Patrimonio, Turismo y Desarrollo, Curso de postgrado Turismo Cultural, Universidad de Barcelona (inédito).

JUAN TRESSERRAS, J.; MATAMALA MELLIN, J. C. (2005). El turismo cultural en España como fuente de empleo para los profesionales del patrimonio. En Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Nº 54, Junta de Andalucía, Sevilla (en prensa).

JUAN TRESSERRAS, J.; YANEZ, C. (2005). El Turismo Cultural como parte del Mercado Turístico, "El Turismo Cultural", Diploma de Postgrado en Turismo Cultural, Universidad de Barcelona

(inédito).

JUAN TRESSERRAS, J.J.; MATAMALA MELLIN, J. C. (2005b). El Patrimonio Natural y Cultural como Recurso para el Desarrollo Regional y Local. "Patrimonio, Turismo y Desarrollo", Curso postgrado Turismo Cultural, Universidad de Barcelona (inédito).

JUAN TRESSERRAS, J. MATAMALA MELLÍN, J.C.; ZANNA, C. (2005). Ficha de "Indicadores de Evaluación de equipamientos patrimoniales". y ficha "Indicadores de Evaluación de Centros de Interpretación del patrimonio", proyecto HICIRA, financiado por el Programa Cultura 2000, Unión Europea (inédito).

Las aldeas alemanas. <http://www.autostopargentina.com.ar/provincias/entrerios.htm#02> (fecha de consulta: abril de 2005)

Los alemanes del Volga en la Argentina. Cultura. En: <http://www.alemanesvolga.com.ar> (fecha de consulta: 14 de abril de 2005)

LA NACIÓN REVISTA (2001). Tras las huellas de los gauchos judíos. Entrevista realizada al Secretario de Turismo, Hernán Lombardi, Buenos Aires, 21/10/2001.

LAPLANTE, M. ; TROTTIER, L. (2005). ¿Qué es un circuito turístico? En: <http://membres.lycos.fr/tgilbertn/definition.html> (Fecha de consulta: agosto de 2005).

MAIZTEGUI OÑATE, C. (1996). Cultural Tourism: New uses for Cultural Heritage? En WLRA journal, Vol. 38 (1).

MÁRQUEZ, E.; GÓMEZ, R.; ROMERO, A. (2005). "Una ruta cultural con historia e identidad que se mantiene viva". En Itinerarios y Rutas Culturales. Vías de comunicación e intercambio de experiencias, bienes y costumbres. El patrimonio desde una mirada integral, Secretaría de Cultura de la Nación – Comisión Nacional de la Manzana de las Luces – Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio, Buenos Aires, Buenos Aires.

MILLÁN ESCRICHE, M. (2001). Viejos recursos para nuevos turismo: El caso de la región de Murcia, Cuadernos de Turismo Nº 8, Universidad de Murcia, Murcia.

MINISTERIO DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE (2001). Shalom Argentina. Huellas de la Colonización Judía, Buenos Aires.

MORALES MIRANDA, J. (2001). Guía práctica para la interpretación del patrimonio. El arte de acerca el legado cultural al público visitante. Sevilla, Ed. Junta de Andalucía – Consejería de Cultura (2da. edición).

MUNICIPALIDAD ALDEA SAN ANTONIO (2003). Información general sobre Aldea San Antonio para ser incluida en Obras Mini Enciclopedia y Mega Enciclopedia de Entre Ríos (inédito)

MUNICIPALIDAD DE GUALEGUAYCHÚ, CONSEJO MIXTO GUALEGUAYCHÚ TURISMO (2005). Manual de Informes Gualeguaychú. En http://www.gualeguaychuturismo.com/manual_informes_gchu.doc (fecha de consulta: 10 de marzo de 2005)

PADILLA DIESTE, C. (2002). "Los sabores del patrimonio. Complejo Museo del Inmigrante, Buenos Aires, Argentina". En Schlüter, R.; Norrild, J. (Coord.) Turismo y Patrimonio en el Siglo XXI, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), Buenos Aires.

PAZ, C.; VILLAFAÑE, A.; ADAD, L. (2005). "La encrucijada del Camino de los Picapedreros y la Ruta de los Colonos Alemanes del Volga. Un aporte de la antropología para el potencial desarrollo del turismo cultural en las sierras de Olavaria". En Itinerarios y Rutas Culturales. Vías de comunicación e intercambio de experiencias, bienes y costumbres. El patrimonio desde una mirada integral, Secretaría de Cultura de la Nación – Comisión Nacional de la

Manzana de las Luces – Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio, Buenos Aires.

POPOVICH, M. R.; TOSELLI, C. (2006). Planificación Estratégica Participativa y Comunidad Local. Desarrollo de un destino turístico en Argentina. En: Cuadernos de Turismo N° 17, Universidad de Murcia, España, junio. <http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n17/08-PLANIFICACION.pdf> (fecha de consulta: 4 de diciembre de 2006).

RAINER CINTI, R. (2001). Los alemanes errantes. En La Nación Revista, Buenos Aires (22 de julio de 2001).

RICHARDS, G. (2000). Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo. En El turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid..

SCHLÜTER, R. (Coord.) (2004). Gastronomía y Turismo. Historias detrás de las recetas, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), Buenos Aires.

SCHLÜTER, R.; NORRILD, J. (Coord.), 2002. Turismo y Patrimonio en el Siglo XXI, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), Buenos Aires.

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE ENTRE RÍOS (2004). Desarrollo del Proyecto Turístico de Aldeas Alemanas. En Boletín Informativo digital, Año 1, N° 20, 28/05/2004, Paraná. <http://www.turismoentrieros.com/subsecretaria/boletines-pdf> (fecha de consulta: abril de 2005).

SENDON, I. et al. (1998). Estudio propuesta de desarrollo turístico en un área determinada de las comunidades de inmigrantes de la provincia de Entre Ríos, Consejo Federal de Inversiones, Buenos Aires.

STANG, G. M.; BRITOS, O., 1999. Alemanes del Volga, ayer... argentinos, hoy, Ed. de los autores. En <http://www.alemanesvolga.com.ar/libros/I22.html#menu> (fecha de consulta: julio de 2005).

SUBSECRETARÍA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE ENTRE RÍOS (2005). Aldeas Alemanas del Volga – Entre Ríos, material de difusión turística.

TOSELLI, C. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. En Análisis sectoriales: Estudio Compartido sobre Turismo y Cultura, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, Universidad de Barcelona, España. <http://www.gestioncultural.org/private/analisisSectoriales/pdf/CToselli-TurCultural.pdf> (Fecha de consulta: abril 2007).

TOSELLI, C. (2006). "Turismo Cultural y Patrimonio. Estudio de caso: El Circuito "Pueblos del Sur Entrerriano", Argentina. En: Signos Universitarios "50° Aniversario", Nro. 2, Universidad del Salvador, Buenos Aires.

TOSELLI, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. En: Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, España, Vol. 4, N° 2, abril. <http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf> (fecha de consulta: 4 de diciembre de 2006).

UNESCO-UNITED NATIONS EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE ORGANIZATION (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, Paris, 17 de octubre 2003 http://portal.unesco.org/es/ev.php-7URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (fecha de consulta: 8 de julio de 2005).

UNESCO-UNITED NATIONS EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE ORGANIZATION (1972).

Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, París, 16 de noviembre de 1972. http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (fecha de consulta: 8 de julio de 2005).

UNESCO-UNITED NATIONS EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE ORGANIZATION (1978). Recomendación sobre la Protección de los Bienes Culturales Muebles, 28 de noviembre de 1978. Actas de la Conferencia General, 20.a reunión París, 24 de octubre - 28 de noviembre de 1978. En: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001140/114032s.pdf#page=183>

UNESCO-UNITED NATIONS EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE ORGANIZATION (2005). Sección Cultura, Patrimonio Inmaterial. http://www.unesco.org/culture/heritage/intangible/html_sp/index_sp.shtml (fecha de actualización: 9 de marzo de 2005; fecha de consulta: 14 de abril de 2005).

UNESCO-UNITED NATIONS EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE ORGANIZATION(1997). Turismo Cultural en América Latina y el Caribe, La Habana.

UNESCO-UNITED NATIONS EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE ORGANIZATION (1999). Turismo y cultura, compañeros de ruta. En Correo de la UNESCO, París, julio/agosto.

VEREDA, M., SALEMME, M.; DAVERIO, M.E.; ALAZARD, S. (2002). Recursos culturales y paisajes naturales. Una aproximación turística para la revalorización del patrimonio. En Schlüter, R.; Norrild, J. (Coord.) Turismo y Patrimonio en el Siglo XXI, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), Buenos Aires.

VILLAFAÑE, A; ADAD, L; AGUILAR, V. (2002). Identidad local y colectiva en la pampa bonaerense. En: Construyendo lo Local. Edición del NuRES – FACSO, Editorial "Al Margen", La Plata.

Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo

Instituto de Medio Ambiente y Ecología · IMAE

Rodríguez Peña 770, 2° Piso C1020ADP

Buenos Aires - Argentina

Tel: (011) 4813-0631/1381 int. 2426

E-mail: uds-imaie@salvador.edu.ar

Sitio de Internet: <http://www.salvador.edu.ar/vrid/imaie>



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR