

ESTUDIOS SOCIOTERRITORIALES

Revista de Geografía

ISSN 1853-4392 [en línea]

 revistaest@fch.unicen.edu.ar
 (0249) 4385771 Int. 5107

Centro de Investigaciones Geográficas (CIG)
Instituto de Geografía, Historia y Ciencias Sociales (IGEHCS)
Facultad de Ciencias Humanas (FCH)
UNCPBA/CONICET

ARTÍCULO CIENTÍFICO

EL TERMALISMO: UN RECURSO POTENCIAL DE BAHÍA BLANCA

THE TERMALISM: A POTENTIAL RESOURCE GIVES BAHIA BLANCA

Daniela Melisa GAMBAROTA

María Amalia LORDA

Nº 25 enero-junio 2019, e015

Sitio web: <http://revistaest.wix.com/revistaestcig>



Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía disponible en <http://revistaest.wix.com/revistaestcig>
se distribuye bajo una **Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional**

El termalismo: un recurso potencial de Bahía Blanca

The termalism: a potential resource gives Bahia Blanca

Daniela Melisa Gambarota(a) y María Amalia Lorda(b)

Recibido: 3 de julio 2018 || Aprobado: 9 de noviembre 2018

Resumen

Las formas de producir, consumir, informar, gestionar y pensar se han modificado y estos cambios han influido en el turismo, el cual debe adaptarse a nuevas demandas. Bahía Blanca constituye un centro urbano intermedio, donde se desarrolla el turismo de Congresos y Convenciones y posee atractivos que son promocionados desde la comuna. Además tiene recursos potenciales que podrían ser incorporados a la oferta turística. Tal es el caso del recurso natural termal que, valorizado como atractivo turístico, podría dar lugar a que la ciudad se posicione como turística. El objetivo del presente trabajo consiste en analizar el recurso potencial termal de Bahía Blanca. Metodológicamente se realizaron encuestas a pobladores y entrevistas a funcionarios, para conocer la mirada turística y la concepción sobre el recurso termal respectivamente. Se espera que existan condiciones favorables para desarrollar la actividad turística termal en la localidad.

Palabras clave: Bahía Blanca; Recursos turísticos; Atractividad, Termalismo

Abstract

The ways of producing, of consuming, of reporting, of managing and thinking have been modified and these changes have influenced the tourism, which must adapt to new demands. Bahía Blanca constitutes an urban intermediate center, where there develops tourism of Congresses and Conventions and possesses attractions that are promoted from the commune. In addition it has potential resources, which might be incorporated into the tourist offer. Such it is the case of the natural termal resource that, valued as tourist attraction, might give place to which the city is positioned like tourist. The aim of the present work consists of analyzing the potential termal resource of Bahía Blanca. Methodologically they were realized you poll settlers and interview civil servants, to know the tourist look and the conception on the termal resourcer espectively. It hopes that favorable conditions exit to develop the tourist termal activity in the locality.

Key words: Bahía Blanca, Tourist resources; Attractiveness; Thermalism

(a) Doctoranda en Geografía. Licenciada en Turismo. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS). UNS/ CONICET. San Andrés 800. Altos de Palihue (CP 8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. 12 de Octubre y San Juan 4to piso. (CP 8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina, danielagambarota@gmail.com

(b) Doctora en Geografía. Miembro del Comité Científico y Co Directora de proyecto de investigación del Laboratorio Internacional AGRITERRIS (Argentina-Francia-Brasil). Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. 12 de Octubre y San Juan, 4° piso (CP 8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina, mariaamalia@yahoo.com.ar

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, profundas transformaciones se han producido debido a la irrupción de la revolución tecnológica, el proceso de globalización de la economía y de la comunicación, modificando las formas de producir, consumir, informar, gestionar y pensar. Estos cambios han influido en la actividad turística, la cual debe adaptarse a las nuevas demandas de los viajeros. Los requerimientos fueron mutando desde destinos clásicos como el de sol y playa hacia otros, donde el contacto con la naturaleza y la cultura del lugar es mayor y desde una perspectiva sustentable.

Como consecuencia, se observa un proceso de desvalorización de productos y áreas tradicionales y, simultáneamente, se crean y valorizan nuevos productos alternativos, presentándose como opciones exclusivas y sofisticadas en relación a los tradicionales, configurándose como nuevas formas de distinción sociocultural. Bertonecello (2002) refiere que:

Nuevamente, son estas condiciones económicas, sociales y culturales las que van a permitir interpretar en profundidad las nuevas prácticas turísticas. Nuevos y más numerosos agentes económicos ofrecen nuevos y diversificados productos. Sociedades fuertemente fragmentadas y excluyentes consumen esta diversidad de productos; algunos multiplican sus consumos turísticos aprovechando la mayor y más diversificada oferta, y a ellos se orientan la mayoría de los productos de turismo alternativo; otros seguirán consumiendo los productos del turismo masivo, muchos de ellos degradados simbólicamente y materialmente; otros no consumirán nada... (p. 7)

Este proceso constituye una oportunidad de crecimiento y desarrollo para territorios que desarrollan nuevos destinos o actividades turísticas atrayendo de esta manera una nueva dinámica a su territorio que le permite una mayor diversificación de la economía y beneficios para la población residente, tales como creación de puestos de trabajo, mejora de la infraestructura y mayor movimiento comercial, entre otros. La condición de Bahía Blanca como centro urbano intermedio, sumado al impulso de la actividad

turística, puede convertirse en una verdadera oportunidad de desarrollo ya que se cuenta con recursos potencialmente turísticos y factibles de ser incorporados a un destino. En palabras de Vera Rebollo, López Palomeque, Marchena Gómez y Antón (1997, p. 12): “El turismo debe ser reconocido [...] como pieza en la construcción de nuevos espacios de crecimiento a escalas regional y local [...], en la transformación de las sociedades y territorios”.

De esta manera, el surgimiento del turismo de nichos y sus modalidades, adquiere relevancia y con el mencionado, el turismo salud, donde se incluye a la actividad termal. La localidad de Bahía Blanca posee el recurso natural termal que, valorizado como atractivo turístico, puede dar lugar a prácticas específicas vinculadas al ocio y la recreación y el cuidado de la salud. Sin embargo, es necesario el desarrollo de un proceso de construcción de atractividad, mediante el cual un recurso es transformado en atractivo turístico.

El objetivo del presente trabajo consiste en analizar el recurso termal potencial de Bahía Blanca. Metodológicamente, además de una exploración bibliográfica relativa a los conceptos más importantes relacionados a la investigación, se realizaron entrevistas a informantes clave para conocer la concepción que posee la gestión local respecto del recurso termal y, en un estudio previo, encuestas a pobladores locales a fin de analizar la mirada turística que se tiene sobre el mismo.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para la investigación planteada se realiza una revisión y selección bibliográfica con el fin de resaltar los principales aspectos teórico-conceptuales tales como construcción de atractividad, turismo de nichos y termalismo. Además, y de manera descriptiva, se caracteriza a la ciudad de Bahía Blanca respecto a sus actividades, como distrito portuario e industrial, a su relación con la región y sus características geohidrológicas, lo cual le permite tener disponible el recurso termal.

A su vez, se investigó mediante la realización de entrevistas la concepción que posee la ges-

ción local sobre el recurso termal, ya que se debe definir la visión de actores locales en el proceso para convertir un recurso en atractivo. Se consultó a la Mg. Julia Arocena responsable del área turística y al Subsecretario de Desarrollo Económico, Sr. Paulo Garat. Las preguntas realizadas pueden visualizarse en el anexo metodológico.

Igualmente, se analizó en un estudio previo (Gambarota y Leonardi, 2016), cuál es la mirada turística sobre el recurso en la población local. Para ello se realizaron 132 encuestas telefónicas y a través de un formulario enviado por correo electrónico durante el año 2016. El tamaño de la muestra se determinó para trabajar a un 90% de confianza^[1].

CARACTERIZACIÓN DE LA CIUDAD DE BAHÍA BLANCA

Ubicada en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires a los 38° 44' Sur y 62° 16' Oeste sobre la costa del océano Atlántico. Bahía Blanca es la localidad cabecera del partido homónimo que incluye las localidades de Ingeniero White, Ge-

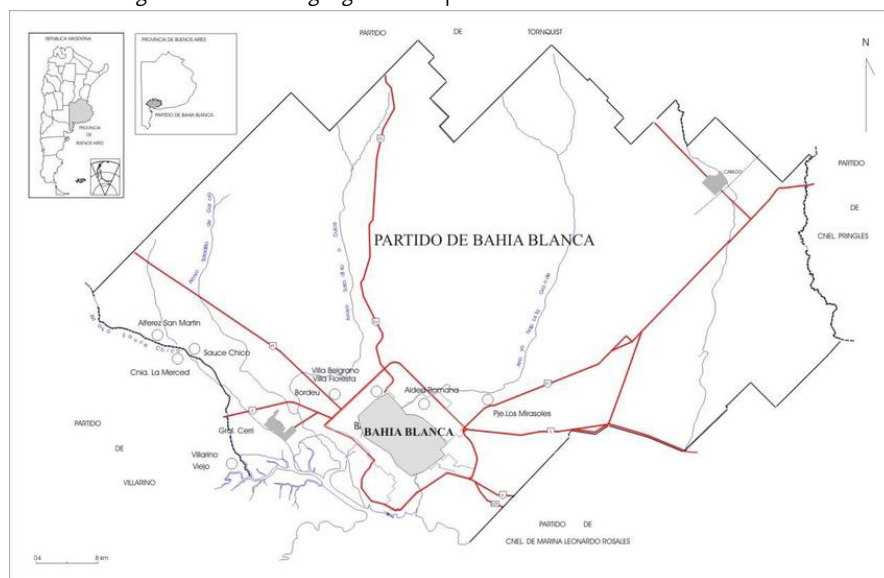
neral Daniel Cerri y Cabildo, limitando con los distritos de Villarino, Tornquist, Coronel Pringles y Coronel Rosales, siendo su superficie de 2.300 km². (Figura 1).

De acuerdo a la cantidad de población puede ser considerada como una ciudad media ya que el último censo arrojó la cantidad de 301.501 habitantes (INDEC, 2010) y, asimismo, como un centro urbano de tamaño intermedio por sus funciones. Constituye un nodo de servicios especializados, particularmente en educación y salud, lo que se complementa con otros servicios y actividades comerciales diversificadas. Se establece como un centro regional relevante en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires por sus actividades portuarias, industriales y de servicios, en especial en lo que respecta a la oferta educativa y de salud, de alta calidad y nivel de excelencia.

La localidad desempeña un rol tradicional como centro comercial y de servicios para un amplio ámbito regional, lo que se traduce en un predominio de los empleos relacionados con el sector terciario. Más aún, en su carácter de “nodo” geográfico se fueron fortaleciendo las ocupaciones vinculadas con el funcionamiento y contralor de ciertas actividades de servicios básicas (electricidad, gas natural, telefonía).

[1] El tamaño de la muestra fue determinado mediante la calculadora online: <http://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas.html>. La autora Fernández Martínez, hace uso de la mencionada herramienta en el desarrollo de su tesis doctoral.

Figura 1. Ubicación geográfica del partido de Bahía Blanca



Fuente: Ercolani (2005)

En lo que respecta al sector comercial, se observa que está ampliamente diversificado y que presenta una destacada participación en la economía local. El sector de venta minorista -integrado por comercios de alimentos y bebidas, prendas de vestir y calzados, y repuestos y accesorios automotrices- está orientado principalmente al mercado local. Desde fines de la década de 1990 se han radicado grandes superficies comerciales de venta, transformando las prácticas comerciales y generando nuevas alternativas de compras a los consumidores.

El sector servicios explica casi el 40% del valor agregado generado en la localidad, destacándose los servicios empresariales, inmobiliarios y de alquiler (16,33%), los de almacenamiento, comunicaciones y transporte (8,75%), los vinculados a la educación (4,50%) y a la salud (3,39%). Todos ellos se encuentran asociados a la dinámica del sector industrial de la ciudad y a la demanda del resto de las localidades de la región (Diez y Gutiérrez, 2009).

Bahía Blanca presenta las características propias de una ciudad portuaria con un rol destacado en el sector industrial nacional, con proyección internacional. La zona de costa es el lugar elegido para las inversiones e instalación del Parque Industrial y el Complejo Petroquímico. El puerto es uno de los más importantes de aguas profundas del país, permite la entrada y salida de buques de hasta 45 pies de calado: súper graneles y grandes buques tanques. Su operatoria se caracteriza por la exportación de graneles secos (granos, harinas oleaginosas), graneles líquidos (aceites vegetales, petróleo), productos petroquímicos, carga general y contenedores. Si bien en la ciudad tienen presencia en la zona portuaria varias empresas multinacionales (Proyecto Sur Bahía Blanca, 2012), la localidad no retiene ganancias acordes a los millones que movilizan estas firmas. Por lo tanto, su desarrollo portuario e industrial la define externamente como una ciudad global, sin embargo, internamente conviven diversas realidades sociales desarticuladas y no identificadas con esta imagen externa.

Desde el punto de vista recreativo también se

refleja esta desarticulación, estudios realizados (Ercolani, 2005; Rosake y Ercolani, 2012) muestran el desinterés que sectores de la población han tenido a lo largo del tiempo, por los espacios públicos en la zona costera. Esta situación repercute negativamente en la identificación de la sociedad local con la función portuaria de la ciudad. Si bien la ciudad externamente refleja una identidad portuaria bien definida, su población vive de “espaldas al mar”. Distintas administraciones comunales buscaron integrar a los bahienses con las aguas de la ría pero quizá los cangreiales y su fango pegajoso fueron uno de los principales argumentos para esa separación cultural de la población con su sector costero. Según lo detalla Pugliafito (2013), en el año 2012 el gobierno municipal con financiación de la provincia, inició en la zona vecina al Balneario Maldonado la construcción de la primer etapa de tres, del Paseo del Humedal o del Frente Costero Marítimo con el objetivo de desarrollar un uso recreativo y turístico, articular el patrimonio natural y cultural, aumentar la conciencia pública sobre el valor de los ecosistemas y fomentar el sentido de pertenencia hacia los ámbitos naturales. El paseo no está habilitado, aunque las etapas dos y tres están previstas y destinadas a la resolución de la franja costera paralela a la costa y la adecuación de la avenida de acceso. El paseo portuario es el principal motivador para aquellos que desean el contacto con el mar, y también con el mundo industrializado.

La localidad ofrece una diversa oferta vinculada a la actividad cultural, a los acontecimientos programados y a los espectáculos tanto de índole deportivo como teatral. Es posible el disfrute del tiempo de ocio, compras, entretenimientos, gastronomía, oferta hotelera, paseos al aire libre, peatonales, parques, espectáculos deportivos, cines, recitales, discos, *pubs* y vida nocturna. El Área de Turismo del municipio ofrece, desde hace varios años diferentes circuitos que permiten conocer la historia de la ciudad y los lugares más representativos.

El Turismo de Reuniones se desarrolla gracias a la disponibilidad de equipamiento e infraes-

estructura de calidad, diversidad de atractivos y personal altamente capacitado para cubrir las necesidades de un mercado exigente; posee 90 salas disponibles para la realización de Congresos y Convenciones, con una capacidad total en salones para 23.538 personas.

Acerca del recurso termal, Bahía Blanca se encuentra emplazada sobre la cuenca homónima o Napa del Norte que posee agua potable, surgente, a una temperatura media de entre 55°C y 60°C. Su extensión no se conoce con exactitud pero se estima que varía entre 8.000 y 10.000 km². El límite noroeste está representado por el cordón de las Sierras de La Ventana que al hundirse origina una dorsal que cierra la cuenca entre la zona de Dorrego y el mar en la dirección de Monte Hermoso. Mientras tanto el límite oeste no se conoce con exactitud (Murradas y Coccia, 1967). El Sistema Hidrotermal Profundo (SHP) fue descubierto gracias a la primera perforación realizada en la localidad de Argerich^[2] en 1912 a pedido de la Dirección Nacional de Minas y Geología. Luego se realizarían alrededor de 60 pozos más en la ciudad y en la zona. Tiene un espesor de 380 metros, constituido por sedimentos marinos y continentales. Sus características más importantes son: profundidades de yacencia entre los 500 y 1300 metros, caudal de surgencia que oscila entre los 50m³/h y 100m³/h y una presión en la boca del pozo de hasta 20 atmósferas. El recurso termal se encuentra disponible en toda la ciudad y proximidades. El acuífero se encuentra entre dos capas: una superior que es permeable, y una inferior impermeable compuesta por rocas duras (granitos, esquistos y cuarcitas) que proviene de las afloraciones en la Sierra de la Ventana y otras elevaciones de la zona. La capa impermeable en la ciudad de Bahía Blanca se halla a 650 metros de profundidad, aunque puede alcanzar los 900 metros en otros sectores. Sobre este basamento existe una capa de depósitos

de sedimentos cuaternarios. El autor Bonorino (1988) determina en cuanto al tipo de agua que posee la cuenca: aguas bicarbonatadas, aguas bicarbonatadas cloruradas, aguas cloruradas bicarbonatadas y aguas cloruradas, cuyas temperaturas dependen de la profundidad de captación de la misma y de la circulación rápida dentro de las capas permeables, generando un calentamiento que se eleva a medida que la velocidad del mismo es mayor, siendo el gradiente térmico normal 1°C cada 33 metros.

Los ingenieros Murradas y Coccia (1967) establecen las siguientes características del agua: inodoras, incoloras, con presencia de sulfatos, cloruros, calcio, sílice, sodio y flúor. Teniendo en cuenta los análisis fisicoquímicos, el agua posee las siguientes propiedades terapéuticas: es fortificante, reconstituyente y se puede utilizar en tratamientos de afecciones reumáticas, articulares y extra-articulares, afecciones respiratorias y dermatológicas, antiestrés, fibralgias, miorrelajante, estimulación del metabolismo, trastornos musculares y mialgias.

El uso de aguas subterráneas en la ciudad de Bahía Blanca estuvo supeditado en una primera etapa al consumo humano debido a que su composición es apta, pero luego de la apertura del Dique Paso de las Piedras, se dejó de utilizar por el elevado costo de realización de los pozos surgentes. Es relevante mencionar que en la ciudad de Bahía Blanca existen varios pozos surgentes sin uso, con posibilidad de acondicionarse para su utilización en un centro termal (Bonorino, Carrica y Lenox, 1998).

En el Cuadro 1 se presentan los pozos surgentes existentes en la ciudad, su localización y sus desventajas. Todos los pozos mencionados están en condiciones de ser acondicionados (Bonorino et al., 1998). El pozo AC-3 ha sido seleccionado para la realización de un centro termal "termas de la bahía" (Gambarota y Leonardi, 2016). El predio tiene una dimensión de 10.000 m² e infraestructura existente las cuales se detallan a continuación: un pozo surgente de 722 metros de profundidad el cual deberá rehabilitarse parcialmente para su funciona-

[2] Localidad ubicada en el Partido de Villarino, provincia de Buenos Aires. Se encuentra sobre la Ruta Nacional N° 22, la cual es su principal vía de comunicación vinculándola al nordeste con Bahía Blanca y al sudoeste con Médanos.

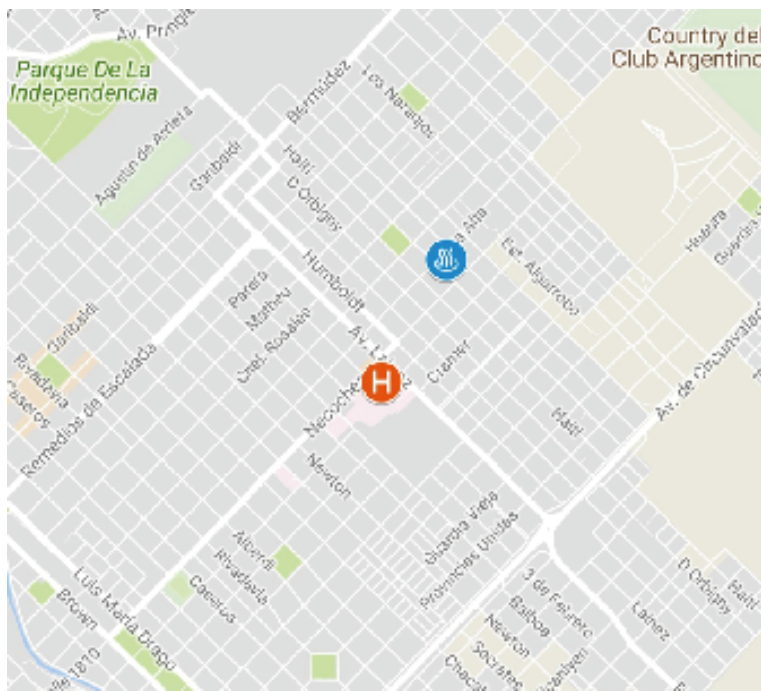
miento, piletas de material (originalmente de enfriamiento) y una vivienda, todo deberá ser acondicionado para su utilización. Su localización se muestra en la Figura 2.

Cuadro 1. Pozos surgentes de Bahía Blanca

Pozo	Localización	Desventajas
AC-2	Sarmiento y Guido Spano	Obturado, inexistencia de terreno para obras
AC-3	Punta Alta y Rojas	Cerrado en buen estado, punzonar en zona de filtros, reparación del cabezal
AC-4	Fragata Sarmiento entre Godoy Cruz y Cramer	Obturado, reperforación, falta de cercanía a los servicios básicos
AC-9	Rep. Siria y D Angelis	Deteriorado parcialmente, terminación del cabezal, inexistencia de terreno para obras
AC-14	9 de Julio y Enrique Julio	Parcialmente obturado, reperforación, inexistencia de terreno para obras
AC-16	Grumbein	Obturado, reperforación, inexistencia de terreno para obras, alejado de la zona urbana
AC-17	Ruta 35 km. 7	Clausurado por bajo rendimiento, terreno destinado para instalar una plaza, alejado de la zona urbana
AC-21	Don Bosco al 3.500	Ubicado dentro del predio del Club de los Telefónicos, alejado de la zona urbana
AC-23	Camino Sesquicentenario y Don Bosco	Ubicado en la vereda de un comercio mayorista de comestibles, inexistencia de terreno para obras, alejado de la zona urbana agua de mala calidad
	Monseñor D' Andrea y Haití	Ubicado dentro del predio del Colegio La Asunción

Fuente: Gambarota, 2012

Figura 2. Localización del centro termal Termas de la Bahía



Fuente: Gambarota (2018), con base en Google Maps

Este predio perteneció a Obras Sanitarias Buenos Aires, OSBA, y actualmente está en manos del gobierno de la provincia de Buenos Aires. El pozo fue cerrado en 1974 debido a que el dique Paso de las Piedras abastecía de agua a la ciudad y, a partir de allí solo se elaboraron estudios para conocer el estado de conservación del mismo, pero sin reactivarlo. La determinación de la localización del centro termal se realizó teniendo en cuenta las siguientes cuestiones: existencia de un pozo surgente que pueda ser acondicionado; terreno con medidas suficientes para instalar el centro termal; proximidad al mercado; vías de comunicación y disponibilidad de medios de transporte; servicios públicos como por ejemplo luz, agua corriente, etc.; próximo al Hospital Interzonal Dr. José Penna (hospital público provincial de importante envergadura); y cercanía al centro de la ciudad.

Por lo tanto, desde la perspectiva de las fortalezas y restricciones que presenta Bahía Blanca para la conversión del recurso termal en atractivo turístico, se pueden mencionar las siguientes potencialidades:

≈ Existe el recurso natural termal en la ciudad; la tendencia turística muestra que va en aumento la demanda de productos y destinos relacionados a la actividad termal y la población local es consumidora de los mismos.

≈ La ciudad constituye un nodo de comunicaciones, posee aeropuerto que la vincula con la Capital Federal y otros puntos de la región patagónica y una red de rutas nacionales y provinciales que la hacen accesible desde diversos puntos del país.

≈ Es un núcleo regional con diversidad y calidad de servicios e infraestructura recreativos, culturales, educativos, deportivos, comerciales y sanitarios, entre los principales.

≈ Forma parte de la región turística del sur de la provincia de Buenos Aires que se caracteriza por contar con atractivos naturales y culturales -extensas playas, paisajes serranos y tradicionales estancias- cercanos a la ciudad, aspectos valorados como recursos propicios

para el diseño de diversos circuitos turísticos. ≈ Cuenta con numerosas asociaciones, empresas, Colegios profesionales, entidades pertenecientes a diferentes cultos religiosos, universidades y entes públicos y privados correspondientes a distintos niveles de la educación, potenciales organizadores de reuniones que congregan importantes flujos de visitantes. ≈ Posee un recurso natural termal factible de ser convertido en atractivo turístico debido a que la mayoría de los pobladores si bien no conocen la existencia del mismo en la ciudad, expresan a través de las encuestas que son consumidores del mismo y que de existir un centro termal en Bahía Blanca, asistirían; por otro lado los funcionarios de gobierno entrevistados manifiestan la importancia que tendría para el desarrollo de la ciudad un atractivo termal y que tendría beneficios socio-económicos.

En el caso de las debilidades u obstáculos es dable señalar:

≈ Ausencia de aeropuerto internacional. Asimismo, el actual aeropuerto no cuenta con vuelos directos desde y hacia los principales centros urbanos bonaerenses o con capitales provinciales;

≈ Desarticulación entre los diferentes actores involucrados en el mercado turístico.

≈ Falta de una política tendiente a valorizar, potenciar, promover y promocionar la actividad termal en la ciudad a partir de la cual sería posible generar una visión turística de la localidad bahiense.

≈ Imposibilidad del Municipio de Bahía Blanca para financiar o fomentar con eximiciones impositivas para el *start up*.

De esta manera se observa que si bien existen actualmente restricciones al momento de planear el desarrollo termal en la ciudad estudiada, se podría lograr sortearlas con la intervención del gobierno en el proceso de construcción de atractividad y patrimonialización del recurso termal oficiando de comunicador, mediador entre los actores involucrados e intermediario al momento de conseguir los fondos para lograrlo.

EL TURISMO DE NICHOS Y EL AUGE DE LA ACTIVIDAD TERMAL

Los cambios contemporáneos en el turismo implican la forma en que el turista interactúa y percibe sus relaciones con el entorno geográfico y cultural, los otros turistas y sus anfitriones. Esta tendencia ha generado un nuevo modelo de turismo conocido como “turismo de nichos”, que difiere del “turismo tradicional” o de masas. En este contexto y respecto a la práctica turística, Marchena Gómez (1994) da cuenta de sus cambios e identifica el paso de un turismo fordista de carácter inclusivo y masivo, con productos homogéneos y estandarizados, vinculados a la restauración física en destinos de sol y playa, etc., hacia una nueva modalidad denominada “turismo posfordista”. Modalidad asociada a nuevos procesos de fragmentación y mayor selectividad de la demanda; y configurada a partir de una multiplicación y mayor diversidad/heterogeneidad de los destinos, de los tiempos de desplazamiento y de las modalidades puntuales y específicas.

De esta manera, actualmente se asiste a una oferta creciente de productos turísticos diversificados y muy orientados a la satisfacción de intereses heterogéneos de potenciales turistas que buscan lo diferente y lo que satisfaga sus intereses más específicos; con el nombre de turismo de nichos a la carta o alternativos. Por lo tanto, la multiplicación de productos y destinos resulta una condición fundamental para alimentar estos nuevos y heterogéneos intereses (Meethan, 2001). Es a partir del auge del turismo de nichos y la consecuente multiplicación de productos y variantes del turismo, lo que conlleva la posibilidad de que cualquier localidad, región o circuito pueda llevar adelante el proceso de construcción de atractividad necesario para convertirse en un destino turístico.

Bertoncello e Iuso (2016), afirman que:

El énfasis en la experiencia en sí misma pone también una dosis de cambio, en la medida en que lo que motiva el viaje turístico ya no es solo el conocimiento de lo diferente y valioso por sus cualidades intrínsecas, sino la posibilidad de vivencias y experiencias agradables y confortables, que sa-

tisfagan necesidades de descanso o alejamiento del lugar de residencia habitual, contribuyendo asimismo a evidenciar distinción social. De esta forma, se expanden modalidades turísticas que se aproximan a ‘experiencias cotidianas desplazadas’ (p. 110)

Las características más solicitadas son la atención personalizada y la oportunidad de una experiencia de viaje prácticamente a la medida, donde el destino es lo importante y las vivencias con la comunidad receptora son personales, únicas, irrepetibles y de calidad (Salcedo y San Martín, 2012). Esta nueva demanda, que crece día a día, tiene como principal motivación el consumo del espacio turístico valorando su paisaje, su naturaleza, la vida saludable, y la tranquilidad; generando así un turismo más especializado que apunta a satisfacer una demanda más fragmentada.

Enmarcado en estos nichos, el turismo de salud junto al termalismo ganan terreno y se posicionan cada vez más entre las actividades y destinos más solicitados por los viajeros. La Secretaría General para el turismo, la Consejería de Cultura y Turismo y la Junta de Galicia (2011) en el marco del Congreso Internacional Turismo Termal, se definió al turismo termal como aquel que tiene como motivo fundamental del viaje, el uso y disfrute de los recursos naturales del agua mineral medicinal y termal, así como sus derivados, y del agua de mar, bajo vigilancia médica y en instalaciones turísticas adecuadas, de acuerdo con las normas de calidad ISO: Medical Spa (en Europa balnearios), Thalaso y Wellness Centers.

Se reconoce al turismo termal como un sector con una importancia estratégica para Argentina, por su capacidad desestacionalizadora; por la desconcentración geográfica de la oferta; por su contribución a la creación de empleo cualificado y especialmente, por su sostenibilidad, contribuyendo así al desarrollo local. Es por esto que las condiciones generales de la sociedad occidental, con poblaciones cada vez más envejecidas, con más tiempo para disfrutar del ocio, y más preocupadas por su salud, hacen que florezcan múltiples propuestas que buscan el bienestar de la población y entre ellas surge el termalismo.

EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE ATRACTIVIDAD: LA CONFIGURACIÓN DEL ATRACTIVO TERMAL EN LA CIUDAD DE BAHÍA BLANCA

Para que un recurso sea transformado en atractivo turístico, es necesario el desarrollo de un proceso de construcción social de atractividad, debido a que los atractivos no son atributos absolutos de un lugar, sino que se crean en términos relacionales con la sociedad de origen de los turistas (Bertoncello, 2002). John Swarbrooke (2007) distingue varios “pulsos” que estimulan la creación y resignificación de atractivos. El autor, además de los avances tecnológicos tanto en los medios de transporte como de comunicación y los cambios en estilos de vida, considera: 1. El reconocimiento del turismo como actividad generadora de impactos económicos y sociales, por parte de los gobiernos y del sector privado; 2. La evolución en la definición del turismo como una actividad eminentemente relacionada al ocio.

Otras perspectivas analizan el proceso socio-cultural mediante el que determinados recursos se convierten en atractivos turísticos. Navarro (2015) sostiene que:

Este proceso de transformación del recurso en atractivo consiste en hacer que el recurso sea conocido y sea visitable. Registrar un recurso, gestión que aquí se denomina *identificación*, supone acciones de reconocimiento y valoración. Hacer visitable un recurso o facilitar la experiencia turística, gestión que aquí se refiere como *conversión*, implica la provisión de instalaciones y/o el desarrollo de un relato (y aún de actividades), desde el ámbito público o del privado. En consecuencia, los atractivos turísticos son recursos turísticos convertidos. (p. 351-352, negritas y cursivas en original)

De esta manera, la condición de atractividad se considera socialmente construida en referencia a características de los lugares, pero en relación estrecha con diversas dimensiones (Bertoncello y Troncoso, 2003) tales como los intereses específicos y la lógica de los actores sociales involucrados: la de los turistas y la de los actores locales. Los turistas configuran sus deseos, necesidades y gustos a través de la construcción de una mirada turística (Urry, 1996) a través de una recopilación de signos asociados a lugares

distintos a los que forman parte cotidianamente. Urry (1996) advierte que la mirada del turista es diferenciada, debido a que los objetos a mirar y que motivan el desplazamiento hacia un destino, en parte se definen en función de los diferentes grupos sociales, de cada sociedad y de cada contexto socio-histórico; entre otras cuestiones.

Es así que solo algunos atributos de los lugares son jerarquizados, acondicionados y resignificados por y para la práctica turística, transformándose en atractivos turísticos. En palabras de Almirón, Bertoncello y Troncoso (2006):

En definitiva, no importaría cuan destacados, únicos y excepcionales sean los rasgos de un determinado lugar de destino, dado que sólo se valorizarán los atractivos turísticos si logran coincidir con y responder a las demandas presentes en las sociedades de origen de los turistas. En consecuencia, la valorización de un lugar como destino turístico no se produciría sólo por los rasgos que le son propios ni exclusivamente por la lógica de la sociedad que habita ese lugar. (p. 107)

Los actores locales también participan en la construcción de atractividad, no solo subordinado al interés del turista, por el contrario, la misma se concreta en relación a sus propios intereses y objetivos (políticos, económicos y sociales) donde también se ven involucradas sus propias representaciones e imágenes del lugar. Por lo tanto, la construcción de atractividad implica un juego de fuerzas, acciones e intervenciones que de por sí, es múltiple, cuando no complejo y contradictorio, tal como lo afirma Bertoncello (2008):

(...) las potencialidades diferenciales que los atributos de un lugar tengan para generar beneficios económicos (el negocio turístico) o para otorgar legitimidad política (las propuestas de desarrollo turístico) o para alcanzar fines sociales (de disciplinamiento o de valoración cultural), entre otros, van definiendo también que cosas deventrán atractivos turísticos y que lugares serán de destino turístico y cuáles no lo serán. (p. 9)

Por lo tanto, en el proceso social de construcción de atractividad de un recurso, participan turistas y actores localizados en los lugares de destino o con capacidad de actuar en el lugar. Es en estos espacios donde recursos específicos son definidos como atractivos mediante una mi-

rada turística, al tiempo que estos recursos son acondicionados por y para la práctica turística por actores que, además, persiguen sus propios intereses y objetivos, sean estos económicos, políticos y/o culturales.

RESULTADOS

Luego de analizar las entrevistas realizadas se pueden inferir los siguientes aspectos:

≈Bahía Blanca es considerada turísticamente una ciudad de paso con el avance de un incipiente turismo receptivo, asociado al turismo de Congresos y Convenciones, el cual engloba la organización de congresos, ferias, exposiciones, eventos deportivos, viajes de incentivo y corporativos. Este constituye el segmento turístico de mayor crecimiento en la última década en nuestro país y exhibe un gasto por visitante marcadamente más alto que el arrojado por otras actividades.

≈Ambos entrevistados conocen la existencia del sistema hidrotermal profundo en la localidad que podría ser utilizado con fines turísticos recreativos; consideran interesante la posibilidad del desarrollo y conversión del mencionado recurso termal en atractivo ya que cumpliría un doble propósito: uno turístico, permitiendo el uso de un nuevo espacio para los bahienses y toda la región, y uno terapéutico, para la rehabilitación de pacientes con problemas de salud. También creen que el desarrollo de esta actividad traería importantes beneficios desde el punto de vista socioeconómico ya que generaría empleo directo e indirecto y porque permitiría computar a la misma en el producto bruto geográfico (PGB) local.

≈Respecto de la postura del Municipio de Bahía Blanca en relación al fomento del uso turístico-recreativo del recurso termal se pudo determinar que se encuentra entre sus objetivos, debido a que existe una ordenanza^[3] en la que se creó una comisión *ad hoc*.

En cuanto a las dificultades para concretar el desarrollo y la promoción turística del recurso termal en Bahía Blanca se mencionan las posibles localizaciones, ya que consideran que algunas ubicaciones donde sería posible radicar las piletas se encuentran en entornos muy residenciales y, en general, dentro de predios privados o del Estado Provincial. Además, si bien el municipio se encuentra dispuesto a brindar apoyo al desarrollo de la actividad, se encuentra actualmente imposibilitado para financiar o fomentar con eximiciones impositivas para el *start up*.

En relación a las encuestas realizadas a la población local, se puede deducir que:

≈del total de personas encuestadas el 51,52% visita periódicamente centros termales,
 ≈la cantidad de veces que realizan visitas a centros termales promedia entre una y dos al año,
 ≈el 57,58% de las personas encuestadas no sabía de la existencia de agua termal en la ciudad,
 ≈el 96,97% visitaría un centro termal en Bahía Blanca.

Ante lo expuesto, se puede determinar que la población residente de Bahía Blanca demanda productos referidos al termalismo, pero no posee un registro referido a que en la ciudad existe el recurso mencionado. Al momento de plantear la posibilidad de la implementación de un centro termal en la ciudad, la reacción de los encuestados fue altamente positiva y la gran mayoría manifestó que lo visitarían.

De esta manera se puede concluir que el gobierno local posee una visión positiva sobre el recurso y existe un interés en propiciar el desarrollo de la actividad turística termal en la localidad, aunque actualmente se encuentra limitado en el aspecto financiero. En cuanto a

medicinal, recreativo y de consumo humano, como actividad estratégica para el desarrollo del partido de Bahía Blanca y crea el CONSORCIO BAHIA BLANCA TERMAL (Consortio de Gestión, Desarrollo y Promoción para la Explotación de Aguas Termales en el Partido de Bahía Blanca), con el objeto de planificar, impulsar, gestionar y desarrollar la actividad de explotación de aguas de origen termal.

[3] Ordenanza N° 16232 (julio de 2012) que declara de Interés Municipal la explotación de Aguas Termales para uso

la visión de los pobladores bahienses, puede considerarse que existe una mirada turística objetiva al momento de demandar actividades relacionadas al termalismo, debido a que solicitan actividades relacionadas al termalismo en su concepción general como producto turístico, aunque no se posee un registro de su potencialidad en la localidad. Se estima que a partir de la difusión y conocimiento acerca de la implementación de un centro termal en la ciudad se configurará como atractivo el recurso termal local; se producirá lo que Navarro (2015) denomina *identificación*, lo que supone acciones de reconocimiento y valoración.

El desarrollo de un centro termal en la ciudad de Bahía Blanca podría ser una oportunidad para lograr un mejor posicionamiento en cuanto a la actividad turística de la ciudad, y a su vez, se constituiría en una posibilidad de desarrollo regional del termalismo mediante el trabajo en conjunto con destinos que ya cuentan con instalaciones en funcionamiento, como las termas de Médanos y de Pedro Luro, ambos localizados en el Partido de Villarino.

REFLEXIONES FINALES

Las ciudades intermedias pueden desempeñar un papel importante en la organización y desarrollo de las actividades regionales; específicamente Bahía Blanca reúne condiciones para un buen desempeño, dado que tiene capacidad para atraer actividades competitivas, como lo son las turísticas mediante la conversión y promoción del recurso potencial termal. Es un centro regional relevante en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires por sus actividades portuarias, industriales y de servicios, en especial en lo que respecta a la oferta educativa y de

salud, de alta calidad y nivel de excelencia.

Tanto la diversidad de actividades, atractivos actuales (ciudad, servicios, comercio, espectáculos, entre otros), el paseo portuario y el desarrollo del turismo de Congresos y Convenciones, podrían propiciar el complemento ideal a las actividades termales a realizar por potenciales turistas y/o excursionistas que lleguen a disfrutar de la localidad.

La ciudad de Bahía Blanca posee un recurso natural factible de convertirse en atractivo turístico, específicamente, en atractivo termal. Sin embargo, la presencia y detección del mismo no garantiza el surgimiento de prácticas y motivaciones turísticas. La condición de atractividad del recurso termal bahiense se construye en relación a dos dimensiones: por un lado, los intereses de los turistas y las formas en que se configuran sus gustos, deseos y necesidades que definen los objetos a mirar; y por el otro, el interés de los actores que en el lugar de destino definen de algún modo la atractividad turística.

Las tendencias muestran que la sociedad actual busca cada vez en mayor medida realizar actividades termales, tanto desde la perspectiva de la recreación como para el cuidado de la salud. Las condiciones de los turistas que configuran la mirada turística están dadas debido a que la demanda termal se encuentra en constante crecimiento, no obstante, es necesario que la población local reconozca y valore la existencia del recurso y requiera su activación. Desde este encuadre resulta fundamental la creación de un centro termal, que se realice la infraestructura turística necesaria para tal fin y el apoyo de los actores políticos de la localidad, a fin de que se propicie el desarrollo turístico termal en Bahía Blanca.

ANEXO METODOLÓGICO

MODELO DE ENTREVISTA PARA FUNCIONARIOS LOCALES

Nombre:

Cargo/función que desempeña:

1. ¿Cuál es su opinión sobre la actividad turística en Bahía Blanca?
2. ¿Qué modalidades turísticas se promocionan actualmente desde el área de turismo local?
3. ¿Conoce de la existencia en Bahía Blanca de un sistema hidrotermal profundo extenso que posee agua potable, surgente, a una temperatura media de entre 55°C y 60°C, el cual podría ser utilizado con fines turísticos-recreativos?
¿Qué información posee al respecto?
4. ¿Conoce que desde el IIESS – UNS – CONICET se está trabajando en la potencialidad del recurso termal para convertirse en atractivo turístico?
5. ¿Considera interesante el desarrollo y la conversión del recurso termal en atractivo turístico? ¿Por qué?
6. ¿Cree que el desarrollo del recurso termal para la actividad turístico-recreativa podría traer importantes beneficios a la ciudad? ¿Cuáles?
7. ¿El Municipio se ha planteado el objetivo de fomentar el uso turístico-recreativo del recurso termal bahiense?
8. ¿Se está impulsando desde el gobierno local algún proyecto turístico vinculado al aprovechamiento del recurso termal?
9. ¿Cuáles son las principales dificultades que observa para concretar el desarrollo y la promoción turística del recurso termal en la ciudad de Bahía Blanca?
10. ¿Desde el Municipio estarían dispuestos a brindar apoyo para el desarrollo de alguna propuesta en relación a la creación de un centro termal en la localidad de Bahía Blanca?

Fuente: Gambarota (2017)

ENCUESTA TELEFÓNICA: CONSUMO DE TERMALISMO DE RESIDENTES EN LA CIUDAD DE BAHÍA BLANCA

· Sector de la ciudad en el que reside:

· Sexo:

· Edad:

· Ocupación:

1. ¿Visita centros termales?
Si No

2. Cuáles?.....

3. ¿Cuántas veces al año?.....

4. ¿Cuál es el motivo de la visita?
Salud Recreación y ocio Turismo Otros (Especifique)
.....

5. ¿Pernocta en los centros termales?
Si No

6. ¿Cuántos días reside en los centros termales?.....

7. Aproximadamente, ¿Cuál es el gasto promedio que realiza al visitar los centros termales?.....

8. ¿Sabe de la existencia de aguas termales en la ciudad de Bahía Blanca?
Si No

9. Si se instalara en la ciudad un centro termal en la ciudad: ¿lo visitaría?
Si No

10. De instalarse un centro termal en Bahía Blanca: ¿Qué servicios y/o instalaciones debería tener para Ud. el mismo?.....

Comentarios finales sobre la instalación de un centro termal en la ciudad de Bahía Blanca.....

Fuente: Gambarota y Leonardi (2016)

REFERENCIAS

- Almirón, A.; Bertoncetto, R. y Troncoso, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(2), 101-124. Buenos Aires: CIET. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322006000200001 (consulta 10 de diciembre 2017).
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Revista Aportes y Transferencias. Tiempo libre, turismo y recreación*, 6(2), 29-50. Mar del Plata: Centro de estudios turísticos, Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/259/1/Apo2002a6v2pp29-50.pdf> (consulta 13 de marzo 2018)
- Bertoncello, R. (2008). *Turismo y Geografía: lugares y patrimonio natural – cultural de la Argentina*. Buenos Aires: ediciones Ciccus.
- Bertoncello, R. e Iuso, R. (2016). Turismo urbano en contexto metropolitano: Tigre como

- destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), 107-125. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/56905/html> (consulta 15 de septiembre 2018).
- Bertoncello, R. y Troncoso, C. (2003). El lugar y las redes. Turismo en Quebrada de Humahuaca (Argentina). *Revista Huellas*, 8, 11-38.
- Bonorino, A. (1988). *Geohidrología del sistema termal profundo de la región de Bahía Blanca*. Bahía Blanca, Buenos Aires: Universidad Nacional del Sur.
- Bonorino, A.; Carrica, J. y Lenox, C. (1998). *Recuperación de pozos surgentes en el área de Bahía Blanca*. Bahía Blanca, Buenos Aires: FUNS.
- Diez, J. y Gutiérrez, R. (2009). *Transformaciones en la gestión municipal y políticas para el desarrollo local: experiencias del sudoeste bonaerense*. Bahía Blanca: EdiUNS.
- Ercolani, P. (2005). *Configuración socio-espacial urbana: el espacio del ocio en Bahía Blanca. Estado actual y propuestas de futuro*. Tesis de Doctorado en Geografía. Departament de Ciències de la Terra, Universitat de Les Illes Balears, Palma de Mallorca.
- Gambarota, D. y Leonardi, V. (2016). Propuesta para transformar un recurso en un atractivo turístico: centro termal Termas de la Bahía. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo (RIAT)*, 12(2), 187-203. Recuperado de <http://riat.utralca.cl/index.php/test/article/view/362> (consulta 10 de mayo 2018).
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas*. Recuperado de http://www.indec.gob.ar/ftp/censos/2010/CuadrosDefinitivos/P2-D_6_56.pdf (consulta 23 de mayo 2018).
- Marchena Gómez, M.J. (1994). Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo “fordista” al ocio de producción flexible. *Papers de turisme*, 14-15, 77-94. (consulta 1 de octubre 2018).
- Meethan, K. (2001). *Tourism in Global Society. Place, Culture, Consumption*. New York: Palgrave.
- Murradas, M. y Coccia, D. (1967). La gran cuenca termal profunda de Bahía Blanca. Centro de Coordinación de Investigación de Recursos Naturales CECIRNA. *III Congreso Nacional del Agua, San Juan*. Universidad Nacional del Sur: Bahía Blanca (no figura editorial).
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Revista Cuadernos de Turismo*, (35), 335-357. España: Universidad de Murcia.
- Proyecto Sur Bahía Blanca (2012). *Bahía Blanca la más extranjera de las ciudades*.
- Pugliafito, C. (2013). *Ciudad – Puerto de Bahía Blanca: evolución y futuro del gigante portuario. Veinte años de autonomía, cinco siglos de historia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Servicios Directorio.
- Ramborger, M.A. y Lorda, M.A. (2010). Análisis de las transformaciones antrópicas de la franja costera de la Bahía Blanca a partir de la interpretación de fotografías aéreas. *Revista Universitaria de geografía*, 19(1), 49-70. Recuperado de http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185242652010001100006&lng=es&nr-m=iso. (consulta 15 de enero 2018).
- Rosake, P. y Ercolani, P. (2012). Los espacios de ocio de la ciudad de Bahía Blanca. *Realidad, tendencias y desafíos en turismo*, 10, 94-115. Neuquén. Recuperado de <http://www.condet.edu.ar/cndt/images/articulos/Articulo%20%20-%20Rosake%20%20Ercolani.pdf> (consulta 15 de septiembre 2018).
- Salcedo, M. y San Martín, F. (2012). Turismo y sustentabilidad: paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. *Gestión y estrategia*, (41). Universidad La Salle, A.C., México. Recuperado de <http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revistagye/rv41/rev41art05.pdf> (consulta 18 de abril 2018)
- Secretaría Xeral para o Turismo, Consellería de Cultura e Turismo, Xunta de Galicia (2011). *Propuesta de conclusiones. Congreso Internacional de Turismo Termal. Sostenibilidad, Salud, Calidad y Promoción. En pos de una visión innovadora del Termalismo*. Ourense, Galicia: España.

- Swarbrooke, J. (2007). *The development and management of visitor attractions* (2nd ed). Great Britain: Elsevier.
- Urry, J. (1996). *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. San Pablo: SESC.
- Studio Nobel.
- Vera Rebollo, J.F.; López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M. y Antón, S. (1997). *Análisis territoriales del turismo. Una nueva Geografía del Turismo*. Barcelona, Ariel.

Daniela Melisa Gambarota es Licenciada en Turismo. Actualmente se encuentra cursando el Doctorado en Geografía. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Participante de proyectos de investigación Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional del Sur y proyecto Unidad Ejecutora IIESS, CONICET. Auxiliar de la asignatura “Geografía de los Recursos Turísticos I” en la localidad de Monte Hermoso. Universidad Provincial del Sudoeste. Sus temas de investigación son: desarrollo local/regional, patrimonio, termalismo, turismo. Domicilio institucional: Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS). UNS/CONICET. San Andrés 800. Altos de Palihue (CP 8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. 12 de Octubre y San Juan 4to piso. (CP 8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: danielagambarota@gmail.com

María Amalia Lorda es Doctora en Geografía. Miembro del Comité Científico y Co Directora de proyecto de investigación del Laboratorio Internacional AGRITERRIS (Argentina-Francia-Brasil). Post Doc en Sociabilidades Rurales pampeanas a través del montaje de films de investigación (ENFA, Toulouse, Francia). MSc en Gestión Ambiental del Desarrollo Urbano. Profesora Asociada dedicación Exclusiva por concurso, a cargo de Seminario Gestión de recursos naturales y medio ambiente; y Didáctica y Práctica de la enseñanza de la Geografía. Directora de Proyecto de Investigación - Ciencia y Tecnología Universidad Nacional del Sur. Sus temas de investigación son: agricultura urbana/periurbana; relaciones urbano/rural; desarrollo rural; gestión ambiental; enseñanza de la Geografía. Domicilio institucional: Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. 12 de Octubre y San Juan, 4° piso (CP 8000) Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: mariaamalia@yahoo.com.ar