

Apropiación del Espacio y Turismo  
Impactos del Turismo en El Proceso de  
Apropiación Simbólica del Espacio

Caso: Barrio El Calvario – Ciudad de Tandil – Buenos Aires

Tesis de Grado: Licenciatura en Turismo

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Nacional de La Plata

La Plata, 2018

Alumno: FLORES, Carlos Gabriel

Legajo: 82049/0

Correo electrónico: carlosgf10@hotmail.com

Directora: CÓRDOBA, Gabriela

Fecha de entrega: viernes 2 de febrero de 2018

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi mamá Gabriela y a mi papá Lalo, por su amor y apoyo incondicional.

A mi familia entera, por el constante cariño y afecto recibido.

A las amistades de oro que tuve la suerte de cruzar a lo largo de la carrera, sin ellos nada hubiera sido lo mismo.

A mi primo Víctor, por recibirme en su hogar y hacer el trabajo de campo más ameno.

A Gabriela Córdoba, por las oportunidades brindadas y la gran paciencia y orientación a lo largo de esta tesis.

Y en especial, dedicar este Trabajo de Investigación a las dos estrellas que me guían desde algún lugar. Mis abuelas Ñata y Choly, que con sus fideos caseros y tortas fritas hicieron sentirme en casa aún estando lejos.

A todos ellos ¡GRACIAS!

Charly

## **INDICE**

|   |         |
|---|---------|
| Resumen                                   | Pág. 3  |
| Introducción                              | Pág. 4  |
| Objetivos                                 | Pág. 6  |
| Hipótesis de Trabajo                      | Pág. 6  |
| Estado de la cuestión                     | Pág. 7  |
| Marco Teórico                             |         |
| Anfitrión y Turista                       | Pág. 10 |
| Espacio y Territorio                      | Pág. 15 |
| Apropiación del Espacio                   | Pág. 20 |
| Identidad                                 | Pág. 23 |
| Barrio e Identidad                        | Pág. 26 |
| Marco Metodológico                        | Pág. 27 |
| Descripción Caso de Estudio               | Pág. 30 |
| Descripción Objeto de Estudio             | Pág. 32 |
| Conclusiones y Aportes                    |         |
| Resultados de Entrevistas y Observaciones | Pág. 33 |
| Conclusiones Finales                      | Pág. 39 |
| Líneas de Investigación                   | Pág. 43 |
| Aportes del profesional en Turismo        | Pág. 44 |
| Bibliografía                              | Pág. 45 |
| Anexo                                     |         |
| Anexo nº 1: Modelo de Entrevistas         | Pág. 51 |
| Anexo nº 2: Entrevistas                   | Pág. 52 |
| Anexo nº 3: Fotos                         | Pág. 70 |

## **Resumen:**

La siguiente tesis tuvo como objetivo general, indagar la implicancia del desarrollo de la actividad turística en el proceso de apropiación simbólica del espacio, por parte de la comunidad local, en este caso, los vecinos del barrio El Calvario de la ciudad de Tandil, los cuales se supone ven afectado su vínculo con el territorio por el desarrollo de actividades turísticas en el barrio basadas en la presencia del Monte Calvario.

Se realizó un relevamiento bibliográfico que permitió afirmar que el proceso de apropiación simbólica del espacio, alude a la relación producto de la cotidianidad entre las personas y el terreno geográfico que habitan. Este vínculo permite a los habitantes atribuir un significado a estos lugares transitados, principalmente a través de las vivencias cotidianas que tienen lugar en estos espacios. Por lo tanto, el proceso de apropiación del espacio, será la vía por la cual los espacios dejan de ser simples terrenos físicos, para ser territorios cargados de significados por parte de las personas que lo transitan.

Además se realizó un trabajo de campo, en el cual se entrevistaron 15 vecinos del barrio que se encuentren viviendo en el lugar por un periodo superior a 10 años. Las mismas estuvieron orientadas a indagar sobre la relación entre los residentes del barrio y el desarrollo de la actividad turística, la relación con el Monte Calvario, opiniones y sensaciones respecto a los turistas, sentido de pertenencia con el barrio, entre otras.

El trabajo realizado permitió concluir que existe un impacto del turismo pero que este no es aplicable a todo el barrio en general, puesto que hay zonas del mismo en las que la presencia de turistas y sus actividades no son percibidas por los vecinos, por lo que no tienen incidencia en su vínculo con el territorio, y además, es posible agrupar a los vecinos del barrio en distintas clases en base al nivel de contacto que estos tienen con los turistas y las actividades que estos realizan. Esta asociación es realizada en base a un corte geográfico del barrio tomando como eje central la avenida Monseñor D'Andrea: aquellos con elevado contacto, aquellos sin contacto, aquellos con contacto que no viven en zonas cercanas al monte.

Palabras Claves: *Turismo - Anfitrión - Turista - Espacio - Territorio - Apropiación Simbólica del Espacio - Identidad - Barrio*

## **Introducción:**

Apego con el lugar, identidad del lugar, identidad social urbana, espacio social urbano, son algunos de los conceptos que denotan la interacción entre las personas y su entorno físico. Según Vidal Moranta y Pol Urrutia (2005) estas expresiones son integradas conceptualmente por el término apropiación.

Estos autores, definen a la apropiación del espacio, como un proceso de doble vía entre las personas y el territorio, insertas en un contexto socio cultural determinado, a través de la acción-transformación y la identificación simbólica; dando como resultado: significado al espacio, identidad y apego.

Desde una perspectiva psicosocial, Berroeta et al (2015) concluye que la identidad de un individuo es construida en base a su entorno físico, sumado a ello define que su identidad social se construye en relación con su pertenencia a otras categorías sociales como por ejemplo el sexo, la raza o la clase social.

A través de las acciones que ocurren en el entorno, la comunidad local transforma el espacio, dejando en él marcas y señales con gran carga simbólica, que con la cotidianeidad, las personas las van cargando en sus procesos cognitivos de manera activa, y por lo tanto, el entorno explica diferentes comportamientos mas allá de lo funcional (Pol Urrutia, 2002).

Lorenzo (2014) establece que cada sociedad construye sus imaginarios a partir de su historia, experiencias, contactos con el exterior, como así también con sus procesos internos. Por lo que el imaginario social, es una construcción mental propia de una época, que puede ser modificada en cuanto haya algún cambio, tanto interno como externo, en la sociedad.

Por otra parte Olivera (2011) explica que el territorio se compone de hechos físicos, históricos, económicos, políticos y sociales, como así también de otras realidades no visibles, que pueden llegar a ser más importantes que otras, las cuales son capaces de dejar en el espacio, huellas materiales y simbólicas como consecuencia de su existencia, y que alcanzan un elevado nivel simbólico e identitario, otorgando una herramienta extra para la elaboración del sentido del lugar.

Estos conceptos involucran dentro de la identidad de una comunidad, los procesos sociales y, como afirma Castro Álvarez (2009), el turismo es un fenómeno social ya que desde la subjetividad de los viajeros surgen motivaciones relacionadas al descanso, adquirir conocimientos, búsqueda de la verdad, como así también

vinculadas al deporte, religión o salud, las cuales encierran una connotación cultural de donde se desprende el carácter social del fenómeno.

Venturini (2001) establece que el turismo es una forma de desarrollo dirigida a mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras, proveer una máxima calidad de experiencia para los visitantes y mantener la calidad del ambiente del cual ambos dependen. El autor explica que el turismo es una herramienta para la sustentabilidad del desarrollo local, generando la mejora de la calidad de vida de los pobladores locales y regionales, dentro de un proceso de planificación y gestión que fortalezca el control local y la identidad de los ambientes afectados a la actividad turística.

En el siguiente trabajo de investigación, se buscará determinar las consecuencias del desarrollo de la actividad turística en el proceso de apropiación simbólica del espacio, en la comunidad local. Para esta investigación se estudiará el Barrio El Calvario, de la ciudad de Tandil provincia de Buenos Aires, el cual está directamente vinculado al Monte Calvario.

El Monte Calvario constituye uno de los puntos más representativos desde el punto de vista turístico y religioso para la ciudad. Es un espacio de recreación y esparcimiento local que presenta elementos arquitectónicos de carácter religioso y excepcional, principalmente el Vía Crucis.

En este caso, se buscará establecer la manera en la cual el desenvolvimiento de la actividad turística repercute en la construcción de la identidad de la comunidad del Barrio El Calvario de la ciudad de Tandil.

## **Objetivos:**

### **Objetivo General:**

Indagar cómo los fenómenos socio-culturales ocasionados por el desarrollo de la actividad turística repercuten en el proceso de apropiación simbólica del espacio, en los residentes del barrio El Calvario de la ciudad de Tandil.

### **Objetivos Específicos:**

- Plantear el concepto de apropiación simbólica del espacio, junto a los límites y alcances del término.
- Indagar la interacción entre los habitantes del barrio y la actividad turística.
- Identificar la implicancia del turismo en la apropiación simbólica del espacio por parte de los residentes del barrio.
- Proponer distintas clases de impactos del turismo en el proceso de apropiación simbólica del espacio.
- Generar un aporte académico que tenga en cuenta el impacto social de la actividad turística.

## **Hipótesis:**

Tomando la definición de Moranta y Urrutia (2005), el turismo interviene en la configuración del territorio y su manejo en el barrio El Calvario. La presencia de turistas en la zona y, de emprendimientos destinados a la satisfacción de la demandas de estos, modifica el contexto de la ciudad y del barrio. De esta forma, la apropiación de los residentes del barrio dará como resultado un significado diferente al que tendría sin la presencia del turismo en las cercanías del Monte Calvario y el barrio.

### **Estado de la cuestión:**

En la introducción de la presente investigación se planteó que el término apropiación, incluye conceptualmente distintas ideas que denotan el vínculo de las personas con el entorno que los rodea: apego con el lugar, identidad del lugar, identidad social urbana, espacio social urbano (Vidal Moranta y Pol Urrutia, 2005)

Esta definición considera los fenómenos de distinto tipo que afectan el espacio habitado y los residentes, es por ello que el turismo es susceptible de ser considerado parte de la configuración del territorio y su manejo. Es por esto que se considera que en este caso la presencia de turistas en la zona y, de emprendimientos destinados a la satisfacción de la demandas de estos, modifica el contexto de la ciudad y del barrio.

En su propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares, Vidal Moranta y Pol Urrutia (2005) entienden la apropiación como un mecanismo del ser humano en el cual la experiencia se concreta en significados de la realidad. A través de esta, la persona se hace a si misma mediante sus propias acciones, en un contexto sociocultural e histórico determinado, es decir, que es un fenómeno temporal y dinámico, ya que con el paso del tiempo cambiará esta significación, por la constante interacción entre la persona y el medio que habita (Korosec-Serfaty, 1976). Siguiendo los autores de esta propuesta teórica, este proceso, cercano al de socialización, no representa una adaptación, sino, es también el del dominio de estas significaciones del espacio, que es apropiado independientemente de la propiedad legal.

Visto desde Pol (2002) la apropiación del espacio es una manera de entender la generación de vínculos con el lugar, lo que estimula la implicación y la participación con el propio entorno. Siguiendo esta corriente, el entorno apropiado se convierte y desarrolla un papel fundamental en los procesos cognitivos, afectivos, de identidad y relacionales. Es decir, explica dimensiones del comportamiento más allá de lo meramente funcional del espacio. A través de la acción sobre el entorno, las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su "huella", es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente. Mediante la acción, la persona incorpora el entorno con sus símbolos en sus procesos cognitivos y afectivos de manera actualizada. Las acciones dotan al espacio de significado individual y social, a través de los procesos de interacción.

Para Silva (2011) el ambiente natural es una construcción cultural, que es apropiada y resignificada como elemento de la producción simbólica de la vida urbana en Tandil.



La autora estudia la relación entre imaginarios identitarios urbanos, alteridades populares y gestión social, concluyendo que el paisaje y la ciudad constituyen un todo complejo y dinámico, donde la cultura representa un aspecto esencial de producción de lo social y ocupa un rol fundamental en los modos de concebir la relación humanos-naturaleza, la cual es una expresión de diferentes modalidades de entender y manejar la vida en sociedad, y en el caso de la ciudad de Tandil surge dando identidad a la ciudad misma.

En cuanto a estudios de impactos de la actividad turística en barrios, de apropiación simbólica del espacio, y de la ciudad de Tandil existen numerosos autores que han tratado tales temáticas, por ejemplo Silva (2016) estudia los centros culturales ubicados en el barrio La Estación de la ciudad de Tandil, como lugares emblemáticos en la identidad de los vecinos, por otro lado Lan y Migueltoarena (2011) analizan las sierras como elemento identitario de los ciudadanos de Tandil y, la contradicción de esta característica, provocada por la restricción al acceso a las mismas, debido a una apropiación física y económica del territorio por parte del segmento de mayor poder adquisitivo de la comunidad.

Otro caso tomado en cuenta, es el analizado por Diaz Larrañaga *et al.* (2011), quien estudia las representaciones sociales de lo cotidiano, los individuos, los actores del poder y las relaciones entre estos, en la ciudad de La Plata, como bases para establecer la apropiación del espacio y la forma de actuar de los vecinos de la ciudad en un momento dado. Además, en los resultados del análisis de las fuentes primarias de la investigación, concluye que los residentes consideran al territorio apropiado por otros, abandonado por ellos por el sentimiento de miedo e inseguridad, o abandono del espacio público como espacio de encuentro y participación.

Barbini (2005) por su parte, estudió y destacó la importancia del capital social local en el desarrollo de la actividad turística en Tandil y Azul, proponiendo una base de trabajo integral, que respete el equilibrio entre economía, cultura local, política y tecnologías entre agentes externos y locales. En su estudio, la imagen local de los tandilenses relevados tienen una fuerte vinculación a la industria metalmecánica, a pesar de que en su imaginario local el paisaje de las sierras y la naturaleza tienen un gran peso, y reconocen un cambio en la predisposición hacia el turista y existen consensos sobre qué tipo de turismo se desea.

Unos años más tardes, Barbini (2008) continúa estudiando el capital social en Tandil, esta vez, aplicando indicadores de capital social y desarrollo en agentes vinculados a la actividad turística local. La autora afirma que los diferentes grupos locales y su subjetividad, deben ser tenidos en cuenta para un desarrollo turístico que estimule el desarrollo local, ya que a partir de las observación de distintos aspectos de la cultura local, ya sean las imágenes percibidas sobre la realidad, dinámica de las instituciones, formas de participación y asociación, permiten concluir que existen valores subjetivos que, denotan una apropiación simbólica y material del espacio local y su paisaje, concebido, para tal investigación, como principal recurso turístico.

En Tandil se diagnosticó el estado de la relación entre alojamientos turísticos y problemáticas ambientales. Fernández, Guzmán Ramos y Morlegan (2008) presentan la importancia del turismo y su crecimiento en los últimos años, resumen la relación entre alojamientos y ambiente, y analizan la situación de las cabañas en la ciudad de Tandil, principalmente en el uso que realizan del agua y la energía, y las estrategias que llevan a cabo para minimizar sus impactos. Esta investigación demostró un desconocimiento por parte de quienes manejan estos alojamientos, sobre el entorno y el impacto que tienen sus acciones, y la necesidad de coordinar esfuerzos en un plan de desarrollo turístico.

En Tandil también se analizó la implementación de la marca ciudad. Calvento (2011) destacó la importancia y beneficio en el manejo apropiado de la marca ciudad, pero luego del estudio de caso, resaltó que la implementación de la estrategia marca ciudad provocó un débil mejoramiento en la imagen del lugar, no mejoró las relaciones entre ciudadanos y el gobierno, y causó un limitado incremento en la cooperación público-privado. Destacando que la estrategia fue establecida y puesta en marcha sin concientizar a la comunidad local, dar contenido, fundamentos, justificantes, ni continuidad a la marca.

Gissi (2010) afirma que la conformación espacial está vinculada a las relaciones sociales en un doble sentido, por un lado el conocimiento de las relaciones sociales para entender el espacio, y por otro observar el espacio para comprender las relaciones sociales. En esta investigación se enuncia la apropiación del espacio para establecer jerarquías sociales, establecer distancias entre habitantes y naturalizarlas, y a la vez ser utilizadas para la construcción de la identidad.

Otro caso tenido en cuenta, es el desarrollado por Núñez (2011) dónde la autora recupera los ejes teórico y metodológicos desarrollados por Lefebvre para comprender la triada de la apropiación del espacio. El caso analizado es Mar del Plata, dónde se estudian distintas formas heterogéneas de apropiación del habitar, haciendo hincapié en la apropiación física-material del espacio y bienes de uso, definición que es atravesada por los conceptos de propiedad privada y hábitat. La autora plantea una crítica al pensamiento de tradicional de limitar físicamente el espacio, en base al orden social capitalista y el uso urbano, hacia una nueva corriente que considere a los más desposeídos y la posibilidad de que estos se apropien de sus condiciones de existencia.

## **Marco Teórico**

### **Anfitrión y Turista**

"Antiguamente los viajes se realizaban con fines de exploración, descubrimientos, migración, estudios. Todo viaje representaba una expedición. Fue hasta el advenimiento del transporte masivo, que fue posible la disminución en los costos de traslado, abriendo la posibilidad de viajar más gente. La situación permitió que ya no fuera necesario dejar el empleo, la escuela, ni las costumbres cotidianas, se abrieron fragmentos de tiempo para salir de lo cotidiano y entrar a lo desconocido con la certeza de que volvería al punto de origen. Para atender las necesidades de estos nuevos viajeros, han surgido un conjunto de empresas e individuos que en conjunto son denominados prestadores de servicios turísticos, siendo todo aquel que labora en un emprendimiento orientado a la satisfacción de las necesidades del turista" (González Damián, 2004, p.157).

El autor establece definiciones de turista, anfitrión y turismo que serán tomadas como eje para esta investigación.

En primera instancia, se considera al turista como alguien a quien es atribuible algunas características específicas vinculadas a viajar y desplazarse fuera de su lugar de residencia. Es aquel viajero que ha salido de su sitio de residencia temporalmente, haciendo un corte en su vida cotidiana, para realizar actividades vinculadas al turismo, es decir, actividades no cotidianas. Turista es una construcción social intersubjetiva, que se elabora a partir de diferenciar turista del no-turista. Al referirse a intersubjetivo se refiere a que no depende del individuo su conceptualización, sino del grado de identificación con las actividades realizadas en el espacio no cotidiano.

González Damián (2004) define que el anfitrión difícilmente se identifica a sí mismo como tal. Ya que es quien habita el mundo que el turista solo se limita a visitar. Es quien realiza actividades cotidianas en espacios y tiempos compartidos con los visitantes.

A la definición de anfitrión planteada, se le sumará a modo de complemento el concepto de capital social, con el fin de destacar la importancia que tienen los residentes en la actividad turística y que no queden limitados a ser aquellos que simplemente comparten el espacio con los visitantes al momento de la visita.

Capital Social alude a aquellas capacidades y habilidades que poseen los actores de una comunidad, utilizados para cumplir objetivos y resolver problemas colectivos, como producto de su pertenencia a redes de relaciones sociales, donde predominan la confianza, reciprocidad y cooperación, y a su vez incentivan a la creación de identidad y valores locales, como así también promover el desarrollo de la comunidad (Cacciutto, 2010). Al definirlo como una capacidad, resuelve el problema de abarcar variables que se interrelacionan en alto nivel pero que son muy distintas, es decir, se trata de los factores que influyen en una comunidad, pero no necesariamente serán capital social (Comparatto, 2012).

Otro aporte que destaca la importancia de considerar a los residentes en la planificación turística es la de considerarlos como elementos de input y output del proceso de desarrollo turístico. Al referirse a input, Macbeth et al. (2004) y Zuleta (2004) en Comparatto (2012), aparece como requisito e insumo importante en la actividad turística, mientras que al definirlo como output, se refiere a que la actividad turística potencia el capital social de una comunidad. Desde otra perspectiva, a mayor nivel de capital social, mayor será el impacto cultural consecuencia del turismo. (Richards y Wilson, (2005) en Comparatto (2012).

En tal sentido, presentar el capital social permite incorporar variables socioculturales al análisis y estudio de la actividad turística. Puede existir un gran acervo patrimonial, tanto natural y cultural, gran volumen de capital para invertir e incluso profesionales muy calificados en un destino, pero si no existe una participación e involucramiento de la comunidad, predisposición a colaborar, y confianza en la actividad turística, difícilmente exista un desarrollo turístico sustentable (Comparatto, 2012).

Se retoman las ideas de González Damián (2004), ya que es en base a sus investigaciones que el autor definirá al turismo desde un punto de vista social, como el conjunto de tipificaciones, consecuente de la relación intersubjetiva entre anfitrión y turista, de sus acciones y de los significados que se han elaborado tanto histórica como socialmente, y que se reproducen en la interacción entre ambos. Esta definición implica que el turismo existe previamente al individuo, pero se crea en el momento de la interacción y es determinado a través de la tipificación.

Luego de haber introducido tales definiciones, también será considerada la planteada por Campodónico (2013) quien explica al turismo como una construcción social dinámica, que toma distintas formas y definiciones con el transcurso del tiempo. A su vez la autora realiza una definición en base a Cuba (1990) de turismo como un campo disciplinario que se define en primera instancia como el desplazamiento de individuos

a espacios geográficos distintos al del habitual durante su tiempo no cotidiano, impulsados por distintas motivaciones directamente vinculadas a las actividades turísticas que se desarrollaran posteriormente.

Tal definición permite identificar cuatro categorías que dan forma y configuran al turismo y, a su vez, constituyen el marco y la forma que contribuyen a la construcción y atribución de significados: tiempo, motivaciones, actividades y espacio.

Al referirse al tiempo, la autora establece que el campo turístico se estructura tanto en espacios como en tiempos determinados, siendo este último una construcción social que puede ser percibido en sus diferentes dimensiones, ya sea tiempo individual, tiempo colectivo, tiempo de ocio o de trabajo, dependiendo del rol del sujeto en análisis. El turismo se desarrolla en espacios determinados, en diferentes tiempos, con distintos niveles de realidad del turista, del lugar, de las empresas, de las regiones.

Por otro lado, las motivaciones son aquellas razones que, según Campodónico, generan el desplazamiento, a la vez que orientan la elección de determinados destinos y actividades en el mismo, siendo estas últimas definidas como aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo.

Por último, la autora cita a Capece (2002) para definir al espacio turístico como la porción geográfica en la que se encuentran los factores de producción y consumo, que permiten la comercialización de los productos turísticos y del turismo como actividad. Campodónico (2013) concluye, que los espacios turísticos son aquellos lugares naturales, donde se desarrollan las actividades turísticas y acontece la interrelación entre turistas y residentes, poniendo de manifiesto los bienes y servicios ofrecidos, como asimismo los productos turísticos. Estas actividades tienen la característica de ser un elemento objetivo de la realidad turística, tienen la propiedad de influir indirectamente en los espacios turísticos, ya que son modificables según el contexto de tal espacio e implementados por los residentes, con el fin de satisfacer al turista.

El turismo es un gran consumidor de espacios, utiliza territorios y sus condiciones sociales que le otorgan sentido; es una actividad creadora de imágenes y representaciones que afecta a actores y a la sociedad de la que formarán parte los usuarios, es decir, los turistas, y a las sociedades receptoras. Por ello, la valorización de imágenes del visitante, como consecuencia, afectará a las imágenes del residente (Bustos Cara, 2001).

Estos conceptos involucran dentro de la identidad de una comunidad, los procesos sociales y, como afirma Castro Álvarez (2009), el turismo es un fenómeno social ya que desde la subjetividad de los viajeros surgen motivaciones relacionadas al descanso, adquirir conocimientos, búsqueda de la verdad, actividades vinculadas al deporte, religión o salud, las cuales encierran una connotación cultural de donde se desprende el carácter social del fenómeno. En tanto a los habitantes de tal espacio, las prácticas sociales del lugar, la búsqueda endógena de las propias imágenes locales, la reconstrucción del pasado simbólico, entre otras, son acciones que permiten entablar lazos entre el individuo y el espacio (Cammarata, 2006).

Partiendo de estas definiciones introductorias, se considerará para la siguiente investigación, que el turismo es un fenómeno social y mantiene una vinculación con el espacio de manera directa, a través de diferentes prácticas sociales, que serán definidas a continuación cuando se analice y defina la relación entre espacio y territorio.

## **Espacio y Territorio**

Ursino (2012) toma el concepto de subjetividad social desarrollado por Lindon (2002) al definir que la vida práctica y la vida cotidiana de los sujetos, son orientados por los conjuntos de ideas, esquemas de pensamiento, imágenes, sentidos y significados. A su vez, la autora plantea que la cotidianidad da cuenta de estas prácticas de los sujetos, y que los espacios de vida serán aquellos que se constituyan en espacios de significado por el sujeto, en el marco de un proceso de apropiación del espacio, entendido este último como espacio social, donde se establece una trama de relaciones entre las representaciones espaciales, los espacios de representación y las prácticas espaciales de los actores sociales involucrados.

Según Hiernaux (1994) al apropiarse de espacios nuevos, las actividades turísticas se han apoderado de las peculiaridades culturales locales, para transformarlas en productos nómades, reproducibles a nivel global.

Giménez (2005) define al espacio como la materia prima de la cual se construye el territorio, en otras palabras, será una porción cualquiera de la superficie terrestre, previa a toda práctica humana, la cual dotara de significaciones al mismo.

Bustos Cara (2004) también opina respecto a las especificidades territoriales y su dinámica de valorización, y afirma que constituyen la base de los recursos territoriales susceptibles de ser incorporados a la actividad turística, y su único límite será la creatividad y la capacidad innovadora de la sociedad.

Territorio será todo aquel espacio identificado tanto individual como colectivamente, como propio frente a los espacios de los "otros" (Hoffman, 1992)

El territorio está compuesto de hechos físicos, históricos, económicos, políticos y sociales, pero también de realidades no visibles que son capaces de marcar el espacio con huellas materiales, reflejos de existencia o con ciertos comportamientos humanos, los cuales acarrearán un elevado nivel de simbolismo e identidad, los cuales contribuyen a la formación del sentido del lugar (Olivera, 2011).

Olivera (2001) también toma en cuenta lo inmaterial, lo cual genera sus propios espacios específicos, de uso exclusivo, los cuales son capaces de originar componentes materiales de usos múltiples, o bien utilizar espacios comunes de forma efímera.



Asimismo, Claval (1999) afirma que el territorio se carga de humanidad cuando en el convergen poderosos atributos intangibles, esto es, cuando las costumbres, creencias, aspiraciones, sueños, son compartidos por una sociedad determinada, adquieren dimensiones territoriales.

El territorio no es un elemento pasivo sino que es la dimensión constitutiva de la actividad turística (Almirón, 2004, Hiernaux 1991) que se construye a partir de las acciones sociales intencionales “que se proyectan en el territorio” (Cammarata, 2006). Esta realidad territorial o espacialidad social, como denomina Bertonecello (2002), “con sus características naturales, históricas y culturales” (Hiernaux, 1991) forma parte del producto turístico final que se ofrece y vende al turista (Barrado Timón, 2004; Hiernaux, 2002).

Referenciando a Sousa (2005), el territorio es un espacio construido socialmente de relaciones entre aspectos históricos y geográficos, procesos sociales e identitarios e intereses de los actores involucrados en la práctica turística.



Fuente: Moscoso, Viviana (2012). *La construcción social del territorio y su incidencia en la concepción del destino turístico* (tesis de grado). Facultad de Ciencias Económicas – La Plata.

Se retoma a Cammarata (2006), afirmando que el territorio es portador de una identidad colectiva, expresada en valores y normas que son interiorizadas por sus miembros, conformando así un sistema de relaciones de poder constituido en base a la satisfacción de necesidades individuales. El conjunto de medios instrumentales y sociales con los cuales el hombre realiza su vida, produce y al mismo tiempo crea territorio, que se define en un marco temporal, y se ve ampliado o reducido con las acciones del hombre.

Para esta autora, el territorio se va definiendo a medida de los intereses y lugares. Las demarcaciones surgen ante diferentes tipos de acciones e intereses de los diferentes actores, donde lo que se consolida con acciones de poder político y económico inducidos por los negocios, promociones y eventos.

Por su parte, Velásquez (1997) establece la existencia independiente del espacio sin que este esté ocupado por grupos humanos, la autora afirma que ocurre una apropiación social del espacio cuando una porción de este, es habitado por uno o más grupos sociales. Sumado a ello, el investigador denomina a este espacio como: espacio vivido o espacio socialmente construido, lo cual revela la relación entre la naturaleza, es decir, el espacio sin significaciones, y cultura.

Continuando con Velásquez (1997), ella afirma que a través de la cultura, los hombres se apropian material y simbólicamente de porciones del espacio, estableciendo así, límites o fronteras que diferencian un espacio de otro, contribuyendo a así a la creación de identidades. La autora se sustenta en las ciencias geográficas a la hora de afirmar que territorio será todo aquel espacio identificado individual y colectivamente como propios frente a los demás; el acceso formal a una porción del espacio es, junto con el manejo del mismo, lo que define la existencia de un territorio, por lo tanto, para la autora, el territorio es una construcción política y cultural.

Lefebvre (1991) en Ursino (2012) plantea la construcción del espacio social a partir de la interacción y retroalimentación de tres momentos. El primero es el de las prácticas espaciales, que se refiere a las distintas formas en las que los sujetos generan, utilizan y perciben el espacio, es decir ya han realizado el proceso simbólico de apropiación del espacio. Otro momento es el de las representaciones del espacio, el cual hace referencia a los espacios entendidos y derivados a partir de una lógica particular, y de distintos saberes y razonamientos planteados por el poder dominante, y con las representaciones normalizadas generadas por una lógica de visualización hegemónica, lo cual carga a un espacio abstracto de lucha y resistencia, entre ser un espacio homogéneo y cerrado y uno donde se encuentran contradicciones socio-

políticas. El último momento planteado, es el de los espacios de representación, los cuales son aquellos espacios vividos que representan formas de conocimientos de lo local, son dinámicos, simbólicos y cargados de significados, ya que son construidos, modificados y adaptados conforme transcurre el tiempo de los sujetos.

En estos espacios transcurre la cotidianeidad de los sujetos, y en ellos se desarrolla una relación dialéctica entre las representaciones del espacio que intervienen, penetran e intentan colonizar el mundo-vida del espacio de representación (Oslender, 2002 en Ursino, 2012).

Por otro lado, Pol (1996) establece que por medio de las acciones en el entorno, las personas, grupos y colectividades, van transformando el espacio, dejando en el señales y marcas con una carga psicológica, es decir, que mediante la acción de las personas, estas configuran el entorno en la manera en que perciben la realidad y sus procesos afectivos de manera activa.

Pol junto a Valera (1994), definen que el espacio se hace lugar cuando este se carga de significado, y es percibido como propio por la persona o el grupo social, y pasa a formar parte de la identidad de estos.

Para Valera Pertegás (1996) el simbolismo del espacio puede ser entendido desde dos perspectivas. La primera considera que todo espacio tiene un significado propio y esto es una característica inherente a él. Tal significado, puede surgir de las características físico-estructurales, de la funcionalidad que le otorguen las prácticas sociales, o bien las interacciones que se producen entre los sujetos que ocupan o utilizan tal espacio. Asimismo, el significado espacial puede mantenerse en un nivel individual, o puede ser compartido por un grupo de individuos o por toda la comunidad.

La segunda perspectiva planteada por el autor, considera que hay determinados espacios o entornos que tienen la capacidad de agrupar diferentes significados en su seno, dicho en otras palabras, tienen la capacidad de cargarse de significado simbólico. Este significado se define como social, es decir, reconocido y compartido por un amplio número de individuos, y a la vez, este espacio puede ser considerado simbólico para el grupo o comunidad implicada.

Valera (1996) concluye que estas dos perspectivas no deben ser consideradas excluyentes, sino que pueden ser integradas y complementadas mutuamente. Por lo que es posible considerar que todo espacio urbano está cargado con un significado determinado, ya sea este personal o social, y comprobar a su vez que ciertos espacios tienen un valor simbólico mayor que otros, por el hecho de que el significado adquirido es reconocido ampliamente, o conlleva una implicación emocional o afectiva más alta para la comunidad.

El territorio adquiere sentido en función de lo que pueda significar un determinado lugar para quien se lo representa, y los marcos de categorización del pensamiento que permitan leer el espacio, serán diferentes según el tipo de actor y sus pertenencias socio-culturales (De Alba, 2009).

## **Apropiación del espacio**

El concepto de territorio puede abarcar conceptos como arraigo, apego, sentimiento de pertenencia socio territorial, incluso movilidad, según Giménez (2005). Por lo tanto, territorio será aquel espacio apropiado por un grupo social para garantizar y asegurar sus necesidades vitales, tanto materiales como simbólicos.

Para este autor, la apropiación supone productores, actores y consumidores del espacio: el Estado, las colectividades locales, empresas, individuos, entre otros. El proceso de apropiación es de la misma naturaleza al territorio, y permite explicar la manera este es producido, regulado y protegido según los intereses de distintos grupos de poder.

Para Bertonecello (2002) el conjunto de significados y símbolos de la cultura local le dan sentido a un lugar, e incide en la conformación de las prácticas sociales del habitante. Estos valores además de proyectarse en el territorio y en sus habitantes, son transmitidos a los visitantes. Pero al mismo tiempo, el habitante se apropia, imprime marcas en su comunidad identificándose con su lugar, con su yo, y el nosotros.

Ursino (2012) toma en cuenta los sentidos, ya sea el olfato, oído, tacto, movimiento, temperatura, orientación, como base de la construcción de las primeras apropiaciones del espacio que realizan los sujetos, ya que se encuentran constantemente transmitiendo información al individuo, permitiendo la construcción de mapas perceptivos del espacio. Denotando así que esta relación entre imagen y estética de un lugar, es una construcción cultural e histórica que se modifica con el tiempo, dando lugar a que la percepción del lugar se modifique constantemente.

Graumann (1976) establece que la relación del hombre con la naturaleza es definida por el término apropiación, en un proceso en el cual el humano se adueña de la naturaleza, y al relacionarse con ella, descubre maneras de enfrentarla y dominarla, como un animal, en este caso, un animal social, que también puede ser un ser individual, lo que no quita que la apropiación realizada sea de carácter social, ya que, según el autor, no hay individuo sin sociedad.

A través del proceso de apropiación, la persona se hace a sí misma mediante las propias acciones, ubicado en un contexto sociocultural e histórico determinado. Este proceso también comprende el dominio de las significaciones del espacio que es apropiado, independientemente de su propiedad legal (Korosec-Serfaty, 1976).

Vidal Moranta y Pol Urrutia (2005) definen apropiación como los vínculos entre las personas y el espacio, entendido como construcción social de lugares, en un contexto sociocultural determinado, a través de la acción-transformación y la identificación simbólica, dando como resultado: significado al espacio, identidad y apego

Retomando a Cammarata (2006), esta autora afirma que la relación activa con el mundo, los lugares y paisajes del territorio con otros hombres, transforman la naturaleza y se transforman a sí mismo, dando lugar a un mundo cualitativamente nuevo, cargado de significaciones, valores y obras humanas, realizándose como ser humano que se apropia y consolida en su territorio.

Por su parte, Blanco, Bosoer y Apaolaza (2014) establecen que la apropiación en su doble dimensión, tanto simbólica como material, se lleva a cabo mediante las distintas prácticas sociales que permiten satisfacer las necesidades sociales del grupo que habita el espacio.

Estos autores, además, utilizan el término *Motility* para definir el capital espacial del que disponen los individuos, es su capacidad de ser móviles en el espacio social y geográfico, sumado a los modos en los que estos actores acceden y se apropian de la movilidad socio-espacial de acuerdo a sus circunstancias.

Con esta definición, Blanco et al. (2014) explican que el capital espacial está compuesto por tres aspectos: acceso, competencia y apropiación. El primero de ellos es definido como el abanico de movilidades disponibles acordes al lugar, el tiempo y a cualquier otra restricción contextual, por ejemplo la oferta de transporte.

Con competencia, hacen referencia a las habilidades de los individuos que se vinculan con el espacio, ya sean naturales, entendiéndose como aquellas derivadas de cuestiones físicas; adquiridas como aquellas que se aprenden con el paso del tiempo, por ejemplo la habilidad de conducir un vehículo o a combinar medios de transporte público, y por último están las organizacionales, que son aquellas que intentan simplificar esta relación con el espacio, son el caso de las actividades de planificación del espacio, señalizaciones, modos de uso de ciertos espacios, entre otros.

El tercer y último atributo del capital espacial, según los autores, es la apropiación, que son todas aquellas estrategias, motivaciones, valores y prácticas de los individuos. Con esta definición hacen referencia a las dimensiones del espacio percibido, representado y usado a través de las prácticas sociales.

Ripoll y Veschambre (citados en Blanco et al. 2014) detallan dos modalidades de apropiación material, denominadas uso exclusivo y uso autónomo, del espacio. El primero se refiere a las competencias por el espacio, considerando a este como un bien escaso, realizadas tanto de manera individual como grupal, y que trae como consecuencias distintos sinónimos de clausura a través de medios físicos, por ejemplo alambrados, muros, paredes, etc.

Cuando hacen referencia a uso autónomo del espacio, aluden a la capacidad de usar libremente el espacio, sin precisar de pelear de cualquier índole por este uso, e involucra prácticas que desvían el uso original del espacio a favor de usos alternativos, funcionales para un grupo en un contexto determinado, por ejemplo aquellos espacios que fueran utilizados como estacionamiento y luego se instala una feria de vendedores en ese espacio.

Berger y Luckmann (2006) en Campodónico (2013) afirman que la vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres, y que para ellos, tiene un significado subjetivo de un mundo coherente. Por su parte, las cosas, entendidas por Alves (2011), como fenómenos, acontecimientos, sucesos, hechos, acontecimientos, experiencias, ideas, sentimientos, representan y moldean las vidas de las personas. En otro nivel, los significados de estas cosas, se adquieren culturalmente compartidos y organizan a los grupos sociales, en base a estas representaciones y simbolismo.

Los procesos de apropiación del espacio que realizan los actores sociales con un territorio, construyen una trama de relaciones entre las representaciones espaciales, los espacios de representación y las prácticas espaciales, donde lo percibido, lo concebido y lo vivido tienen un papel fundamental, al momento de analizar y estudiar la espacialidad, las representaciones sociales y los procesos de visualización del paisaje (Ursino, 2012).

## **Identidad**

Si bien la definición de identidad ha sido deconstruida desde el interior de diferentes disciplinas, todas ellas críticas de la noción de una identidad integral, originaria y unificada (Hall, 2003), para la siguiente investigación se considera pertinente abordar algunas definiciones de la misma que denoten la interacción con el entorno de las personas.

La identificación se construye, según Hall (2003), sobre la base del reconocimiento de características compartidas con otra persona o grupo, sustentada por el principio natural de la lealtad y solidaridad con estas características. Por otro lado, este autor establece que el concepto de identidad nunca se unifica ni es singular, sino que son construidos de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones sobre un mismo tema, pero que están sujetas a una historización radical y un constante proceso de cambio y transformación, puesto que las identidades se construyen a través de las diferencias entre sí, es decir, con la relación con el otro, con lo que no es y lo que falta.

Smith (1997) define la identidad en base a la nacionalidad de las personas y a la etnicidad de las mismas. El autor considera que la pertenencia a un grupo étnico surge a partir de compartir principios, actitudes, percepciones y sentimientos, los cuales serán necesariamente efímeros y dinámicos, dependiendo de la situación en la que se encuentre inmerso el sujeto. Por lo tanto a medida que va cambiando la situación del individuo, también se modificará la situación del grupo, siendo este último un tipo de colectividad cultural que hace hincapié en los recuerdos los linajes, y es reconocido por otros grupos por uno o varios rasgos culturales diferenciadores, ya sea la religión o las costumbres, como las lenguas o las instituciones.

En términos sociológicos la identidad, afirma Castells (1999), es el proceso por el cual los actores sociales construyen y establecen el sentido de su acción, priorizando determinados atributos culturales por sobre otros. Tales identidades grupales pueden debilitarse por una base simbólica que se ve vaciada de contenido histórico de las instituciones y organizaciones que encarnan sus principios, lo que da lugar a identidades individuales originadas en el seno familiar o comunitario.

Molano (2007) define la identidad en términos de identidad cultural, en donde la misma encierra un sentido de pertenencia a un grupo social, dónde se comparte rasgos culturales. La misma no es un concepto fijo, sino que se reconstruye individual y colectivamente y se alimenta de las influencias del exterior. La autora retoma una idea



similar a la de Hall (2003) al afirmar que la identidad surge por diferenciación y reafirmación frente a los demás, y la mayoría está vinculada al territorio a pesar de que la identidad de un pueblo está determinada por diferentes aspectos de la cultura, como la lengua, las relaciones sociales, ritos y ceremonias, valores y creencias, entre otros.

La identidad es aquel sentido de pertenencias que tienen las personas hacia una colectividad, sector social o grupo específico, sin necesidad de ser limitada por la geografía del lugar. Sin embargo, dicha identidad implica que sea reconocida por los demás y a su vez por las personas en su propio entorno físico y social (Molano, 2007).

Gimenez (2005) continúa sosteniendo la idea de la identidad como frontera frente a los "otros" a pesar de que estos tengan que reconocer como tal la auto-identificación del individuo para que exista, tanto social como públicamente, y dónde las identidades son construidas a partir de la apropiación de diferentes aspectos de la cultura que son consideradas como diferenciadores frente al resto, y definidores de lo propio que perduran en el tiempo.

Jelin (2002) sostiene una idea similar a lo ya planteado al afirmar que la identidad está ligada al sentido de pertenencia, a lo largo del tiempo y el espacio. Los sujetos seleccionan ciertos acontecimientos, ciertas memorias, las cuales son consecuentes de la relación con el "otro" que permiten la diferenciación con estos. La autora afirma, en base a Pollak (1992) que estos hitos surgen en base a diferentes elementos en la vida del sujeto: acontecimientos vividos o transmitidos por otros, personas o personajes, y lugares. Lo importante de ello es que permiten mantener un mínimo de coherencia y continuidad, necesarios para mantener el sentimiento de identidad.

Por su parte, Cuche (2004) señala que la identidad hace referencia a la diferenciación cultural, es decir, a la inclusión y exclusión entre nosotros y ellos. A ello le suma que aquellos que manejan una concepción objetivista del fenómeno, serán los que ven a la identidad como algo inscrito en lo genético y como condición inminente del individuo, mientras que, según el autor, para los subjetivistas, la identidad pasar a ser un sentimiento de pertenencia con una colectividad.

La identidad es una definición de uno mismo, realizada en el curso de la conversión en adulto, y que es redefinida a lo largo de la vida (Taylor, 1996). Esta construcción resalta lo que realmente le importa al individuo y lo ubica en un mundo moral. El autor añade el concepto de momentos de crisis, como aquellas circunstancias en las que el sujeto corre el riesgo de perder su identidad y plantea una idea similar a la que fue planteada por Giménez (2005) y Molano (2007) al establecer que la identidad debe ser

aceptada por los demás, lo que abre un espacio de negociación con el entorno, la historia y el destino susceptible de ser rechazado.

## **Barrio e Identidad**

Más allá de que los barrios son un mecanismo cuyo objetivo principal es el control y la organización territorial por parte de los municipios, para la siguiente investigación es considerada pertinente la definición planteada por Piréz (1995) quien afirma que los barrios son recortes socio-territoriales hechos dentro de la ciudad, a los cuales la población les otorga un significado particular, y otorga la posibilidad de constituir unidades de acción para diferentes actores sociales específicos, es decir, actuar en base a una pertenencia territorial intralocal, que responde a una lógica local. A su vez, según el autor, el comportamiento de estos actores sociales influye en los procesos locales. Por ello, lo que ocurra en cada una de las mencionadas unidades intraurbanas y la formación de actores sociales con sus respectivas lógicas, dependerá de la vinculación entre las dimensiones sociales, económicas, culturales con las territoriales: naturaleza e inmuebles, suelos, infraestructura, entre otras.

En una mirada más crítica sobre los barrios, García Canclini y Aguilar Criado (1999), los plantean como elemento social de segregación al acceso del patrimonio. Los autores explican esto a partir de las desigualdades en el momento de apropiación del mismo, ya que en las sociedades actuales, surgen diferencias regionales producto de la heterogeneidad de experiencias, y la división técnica y social del trabajo, donde grupos dominantes consagran como superiores sus barrios, objetos y saberes, al contar con información y formación necesarias para un supuesto mejor control del patrimonio.

El patrimonio sirve, entonces, de recurso para remarcar las diferencias entre grupos sociales y la hegemonía de aquellos quienes, por diferentes medios, tienen un acceso preferente a la producción, distribución, control y manejo de los bienes, es decir, del patrimonio (García Canclini y Aguilar Criado, 1999).

## **Marco Metodológico.**

La presente tesis se encuentra enmarcada dentro del paradigma cualitativo y descriptivo. Según Guba (1978) en Cook et al. (1986) este paradigma de investigación brinda un modo de evaluación y estudio más apropiado y más sensible que cualquier otro practicado actualmente. Cook y Reichard (1986) caracterizan al paradigma cualitativo dentro de la fenomenología y "verstehen" (comprensión) puesto que tal investigación deberá estar interesada en comprender la conducta humana inserta en el propio marco de referencia del actor. Para los autores, el paradigma implica también una observación naturalista y sin control del fenómeno, a fin de llegar a resultados subjetivos, entendido esto último por los autores cuando entran en consideración sentimientos humanos, no siendo presumibles estos de ser observados de manera directa. Por otro lado, la investigación estará fundamentada desde la realidad, con una perspectiva "desde adentro" orientado al proceso. Por último, continuando con Cook y Reichard (1986) establecen que los resultados han de ser no generalizables, todo ello dependiendo del caso estudiado, del número de fenómenos analizado y del tamaño de la muestra, y a su vez, afirman que este paradigma asume una realidad dinámica en el tiempo. En conclusión, el paradigma de investigación cualitativo, estudia la realidad en su contexto natural, sin interferir en él, intentando comprender los fenómenos de acuerdo a los significados que tienen las personas implicadas (Rodríguez Gomez, et al (1996)

Además, se consideró lo planteado por Sanca Tinta (2011) y a Sampedri, et al. (1997) para afirmar que es una investigación descriptiva. Estos autores definen que tal tipo de estudio, permite medir y evaluar diferentes aspectos, dimensiones y características del fenómeno elegido para ser investigado. Para esta investigación se buscó recolectar datos que denoten la relación entre la identidad del vecino y el desenvolvimiento de la actividad turística en las cercanías del barrio, para posteriormente poder clasificar, agrupar y sintetizar resultados para que la presente investigación pueda ser utilizada la profundización del tema.

Por otra parte, se tomaron las clasificaciones de investigaciones planteados por Sanca Tinta (2011) para enmarcar la presente tesis en diferentes sub categorías de investigación. En primer lugar será considerada una investigación básica, ya que el tema de estudio será el punto de partida de investigaciones y posibilidades de ampliar el conocimiento que existe al respecto.

Por otro lado, es una investigación sincrónica-seccional, ya que por limitaciones espacio-temporales del investigador, se debió acelerar el trabajo de campo, dejando como resultado una fotografía social del objeto de estudio en un lugar y momento determinado: Barrio El Calvario - Tandil, Noviembre 2017.

La tesis tuvo sustento teórico en diferentes tipos de documentos: libros, artículos, revistas, ensayos, documentos, entre otros. Sumado a ello, se realizó una investigación de campo, a través del muestreo y estudio de caso utilizando entrevistas semi-estructuradas y observación participante.

La elección de las entrevistas semiestructuradas como herramienta de recolección de datos, responde principalmente al tipo de investigación exploratorio, puesto que para esta tesis se considera más rico en información el discurso de un entrevistado, que la elección de opciones preestablecidas y limitadas por el sesgo del investigador, buscando la aproximación de un tema poco estudiado de momento. Además, citando a Sautu (2005), en un contexto de interacción directa con el entrevistado, existirá la posibilidad de repreguntar y profundizar aspectos de las experiencias vividas, como así también de adaptar la entrevista a las características personales de cada entrevistado.

Tales entrevistas, se basaron en el método no probabilística y por conveniencia, y serán realizadas a una muestra de la población total, debido a la dificultad de relevar a todos los vecinos del barrio. Tal muestra, constó de 15 vecinos del barrio El Calvario que se encuentren viviendo en el barrio por un periodo superior a 10 años.

La observación participante como segunda herramienta de recolección de datos consiste en dos actividades principales: observación sistemática y controlada de lo que sucede mientras el investigador realiza su trabajo, y participación en una o varias actividades de la población en estudio (Guber, 2011). Al referirse a participar, alude a desempeñarse como lo hacen los nativos, realizar actividades y comportarse como uno más, es decir, estar dentro de la sociedad estudiada.

Este tipo de observación consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables, complementados por lo que los participantes dicen al respecto, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones (Gonzalez y Hernández, 2003 en Murillo y Martínez, 2010).

Por último, debido al modelo de la investigación, la misma también es confirmatoria, puesto que existe la posibilidad de verificar o refutar la hipótesis planteada, posterior al cumplimiento de los siguientes pasos de trabajo que a continuación se detallan.

La primera instancia de esta investigación fue un relevamiento de fuentes de información secundaria, donde se estableció una definición de turismo que considere los aspectos socioculturales del mismo, y que considere la intervención tanto del turista como del anfitrión en el desarrollo de la actividad turística.

Luego se estableció la relación que existen entre distintos conceptos teóricos. Primero indagar en los significados de espacio y territorio y definir la forma en la que estos se vinculan entre sí, principalmente a través de la existencia de actividades humanas realizadas de manera cotidiana. Esta cotidianeidad de los residentes, asimismo permitió indagar sobre la relación territorio-apropiación del espacio. Por último, se consideraron posturas de distintas áreas académicas sobre definiciones de identidad y de barrio, que sean acordes a la investigación y consideren la actividad humana.

Posteriormente, se realizó una presentación del caso de estudio, a través de la introducción de datos de carácter histórico, geográfico e institucional de la localidad de Tandil, haciendo énfasis en el barrio El Calvario, a fin de dar un marco espacial al lector.

En última instancia, se expondrán los resultados del relevamiento de las fuentes de información primarias y la observación realizada, es decir, de las entrevistas realizadas a los residentes del barrio, las cuales estarán orientadas a indagar y diagnosticar la relación entre el desarrollo de la actividad turística en Tandil y el Barrio El Calvario y, la apropiación del espacio.

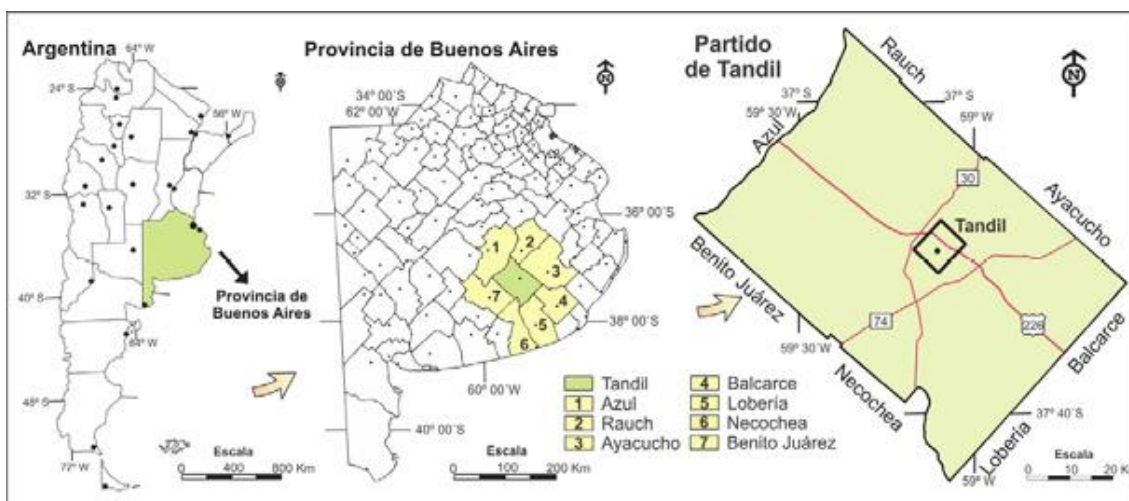
### Descripción caso de estudio:

Tandil se encuentra en el partido homónimo de la provincia de Buenos Aires y es cabecera del mismo. El partido es integrado por la ya mencionada ciudad de Tandil acompañada por las localidades de Gardey, María Ignacia, De la Canal, Desvío Aguirre.

La ciudad de Tandil se encuentra en el sudeste de la provincia, sobre las sierras pertenecientes al sistema de Tandilia. Fue fundada en 1823 por el General Martín Rodríguez, gobernador de la provincia de Buenos Aires en ese momento, con el nombre de Fuerte Independencia, el cual fue establecido con el objetivo de marcar un punto de control durante la expansión territorial que vivía el país en aquel entonces.

Tandil limita con Rauch (ruta provincial n° 30) y Azul (ruta nacional n° 226) al norte, Ayacucho (ruta provincial n° 74) y Balcarce (ruta nacional n° 226) al este, Benito Juárez (ruta provincial n° 74) al Oeste y Necochea (ruta nacional n° 227) al Sur. La ciudad se encuentra aproximadamente a 370 kilómetros de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Por estas rutas es posible llegar en vehículo personal o en ómnibus, cuya parada en Tandil es la terminal de ómnibus, ubicada en Av. Buzón n° 650.

Por otro lado, Tandil registró en el último censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INDEC) 123.343 habitantes.



Fuente: Vazquez, Patricia (2013). Comparación de índices de estrés hídrico, a partir de información captada por el sensor MODIS, en la Región Pampeana Argentina. Cuadernos Geográficos, n° 52.

En cuestiones geográficas, Tandil se encuentra en la pampa húmeda, sobre el sistema serrano de Tandilia, el cual atraviesa la ciudad en sentido Noroeste-Sudeste, lo cual ubica a la ciudad, y también al partido, en una encrucijada de valles que descienden desde las Sierras de Tandil hacia la llanura norte, continuándose hacia la depresión del Río Salado. Aún cuando Tandil pareciera estar en un valle; en realidad está en una zona de interfluvio formada por una lomada al pie y al norte del Cerro Independencia, y cuya altura es relativamente baja.

El clima en Tandil es templado y húmedo, caracterizado por la presencia constante de precipitaciones y neblinas a lo largo del año debido a la cercanía con el océano atlántico y las precipitaciones provenientes del océano pacífico, las cuales al caer hacia el oeste, sufren un calentamiento provocando tales fenómenos. También es notable la amplitud térmica diaria en la ciudad, la cual es caracterizada por mañanas frescas, elevadas temperaturas a partir del mediodía, y un notable descenso de la misma con la caída del sol.

La actividad turística en Tandil está determinada principalmente por varios paseos y atractivos al aire libre. Los más relevantes son: La Piedra Movediza, Cerro Centinela, Parque Independencia, Dique y Lago del Fuerte, Monumento a Don Quijote de la Mancha, Cristo de las Sierras, y el más relevante para esta investigación, El Monte Calvario. Además, existe la posibilidad de realizar actividades vinculadas a deportes, principalmente Mountain Bike, Canotaje, Trekking y Cabalgatas. Sin embargo, algo que destaca a la ciudad de Tandil es la gastronomía, puesto que productos regionales como: salamines, dulces, frambuesas, quesos, chacinados y alfajores son algunas de las producciones artesanales que han hecho famoso a Tandil.

La ciudad está dividida en 34 barrios, pero para la siguiente investigación será relevado el barrio El Calvario. El mismo se encuentra en el oeste de la ciudad, ubicado entre las avenidas Juan Domingo Perón y su continuación Avenida Rivadavia, Avenida Estrada, Calle 12 de Octubre y Avenida Juan B. Justo.

El mismo debe su nombre a el Monte Calvario, un paseo ubicado en el corazón del barrio, en la desembocadura de la Avenida Monseñor D'Andrea. El paseo fue inaugurado el 10 de enero de 1943, cuenta con una escultura de Cristo en la Cruz de 22 metros de alto, y con esculturas que representan las estaciones del Vía Crucis en un sendero que desemboca en la escultura previamente mencionada, lo cual atrae la presencia de peregrinos y turistas, principalmente los fines de semana y en Semana Santa. Es en esta última es el momento de máxima afluencia de visitantes al lugar, donde se estima que en los días de celebración se congregan unas 50.000 personas



provenientes de diferentes partes del país, siendo Buenos Aires la principal ciudad emisora de visitantes. El Jueves Santo se realiza el denominado vía crucis de la juventud, el Viernes Santo parte desde allí una procesión que termina en la Parroquia del Santísimo Sacramento y por la noche vía crucis con antorchas. Inicialmente se efectuaban en la plaza Independencia y luego de la construcción del anfiteatro Martín Fierro, se dramatizan en el mismo, habiéndose adaptado la escenografía natural del cerro para las distintas escenas de la Pasión de Cristo.

La formulación de propuestas y la investigación en materia turística y sus aplicaciones prácticas, deben estar acompañadas por un mínimo consenso de todos los actores involucrados en la actividad en cuanto a: terminología, efectos, impactos, nivel de autonomía en la toma de decisiones públicas de las políticas vinculadas a la actividad, entre otros (García y Lavalle, 2012). En Tandil la prestación de servicios vinculados al turismo es dirigida y controlada por la Dirección de Turismo, la cual depende de la Secretaría de Desarrollo Económico Local. Este organismo responde directamente al Intendente de la ciudad.

### **Descripción objeto de estudio**

Los objetos de estudio de la presente investigación fueron residentes de la ciudad de Tandil, que se encuentren viviendo en el barrio El Calvario por un periodo superior a 10 años. Durante el trabajo de campo fueron relevados 15 vecinos del barrio, quienes fueron ubicados principalmente cerca del Monte Calvario y de las plazas principales del barrio: Plaza Lourdes, Plaza San Martín y Plaza Eva Perón.

Para establecer el vínculo entre el desarrollo de la actividad turística y el proceso de apropiación del espacio por parte de los residentes, se estableció un modelo de entrevistas. A pesar de ello, en ciertos encuentros no fue necesario su uso debido a la naturalidad de la charla o no era necesario en base al relato del entrevistado.

## **Conclusiones**

### **Resultados de las entrevistas y las observaciones:**

El turismo y en particular el turismo cultural pueden contribuir a las metas del desarrollo a través del vínculo entre la sostenibilidad ambiental y la sostenibilidad cultural, ambas articuladas por las políticas públicas. Se plantea entonces una relación de concordancia entre la patrimonialización y el uso turístico responsable a fin de reforzar conciencia en el visitante y el sentido de pertenencia en la comunidad local (Sahores Avalis, 2013).

Esta tesis se orientó a identificar la implicancia del turismo en la construcción del vínculo entre los residentes del Barrio El Calvario y el Espacio, a partir de conocer y analizar las representaciones sociales y prácticas espaciales que construyeron los pobladores del barrio. Para ello fueron realizadas 15 entrevistas semi estructuradas a vecinos, mayores de 18 años, que se encuentren viviendo en el barrio por un periodo mayor a 10 años. Se decidió indagar sobre cuestiones vinculadas a la relación entre los residentes del barrio y el desarrollo de la actividad turística, la relación con el Monte Calvario, opiniones y sensaciones respecto a los turistas, sentido de pertenencia con el barrio, entre otras, en los residentes del lugar, ya que el turismo es considerado una actividad que puede ser un elemento impulsor de las comunidades, puesto que conlleva a que se realicen acciones promotoras de la participación comunitaria, educación, capacitación, creación de puestos de trabajo, desarrollo de infraestructura (Sánchez Tovar, 2009).

Esta investigación tendrá como resultado un imaginario social, producto de una construcción propia de una época determinada, en un espacio determinado, que es posible de ser modificado con el paso del tiempo: Barrio El Calvario, de la ciudad de Tandil, entre el día 27 de noviembre y el 1 de diciembre del año 2017 (Lorenzo, 2014).

En este sentido, Andriotis y Vaughan (2003) mencionan que las percepciones subjetivas de los locales son importantes debido a que influyen sobre su actitud respecto al desarrollo del turismo. Los autores sostienen que lo percibido no implica que sea verdadero, sino que es suficiente con creer que es real. De esta manera, las representaciones no constituyen siempre la realidad, sino que provoca que los residentes actúen de una manera u otra.

Por otro lado, se considera importante el análisis de comunidades receptoras de turismo puesto que la sostenibilidad es un concepto complejo e integral que aglutina diversos enfoques. No debe limitarse el fenómeno de sustentabilidad al punto de vista medioambiental (Sánchez Silvera, 2012), sino que también alude a buscar el equilibrio desde los componentes económicos, sociales, culturales y políticos, de cualquier actividad productiva, incluso la turística (Coraggio, 2003).

El estudio del paradigma se dio sin control del fenómeno, sin inducir la respuesta de ningún entrevistado, buscando datos subjetivos dentro del marco del actor (Cook y Reichard, 1986). Algunos de los resultados que se dieron luego del trabajo de campo, fueron los siguientes:

En cuanto a demografía, los 15 entrevistados, se dividieron entre 8 mujeres y 7 hombres. La edad de los anfitriones (González Damián, 2004), está comprendida entre los 27 y 70 años, promediando los 45, mientras que el rango de años viviendo en el barrio, comprende entre 10 y 45 años, siendo la media de los entrevistados de casi 25 años de residencia en el barrio.

Es importante destacar que 7 de 15 de los entrevistados es empleado de comercio. La segunda minoría fueron las 4 personas cuya profesión es la docencia, mientras que las personas restantes se dividieron entre policías y empleados públicos.

Para lograr diversidad en los datos obtenidos, se frecuentaron 4 puntos públicos del barrio, siendo estos Plaza San Martín donde más se entrevistó con 5 entrevistas realizadas, le siguen Plaza de Lourdes y Plaza Eva Perón con 4, y por último el Monte Calvario con 2 entrevistados. Según lo observado, Plaza San Martín es la zona que registra más movimiento de personas a lo largo del día y con diferentes usos del lugar: entrenamiento, descanso, espera, paseos con mascotas, esparcimiento de niños, reunión con amigos. Además fue el lugar del barrio donde más individuos ajenos al mismo se encontraron y que se encontraban allí de paso. Por otro lado, Plaza Eva Perón y Plaza de Lourdes presentaron un movimiento urbano menor, se registró principalmente personas que llevaban niños a jugar en los parques o a pasear sus mascotas.

En cuanto al vínculo con la actividad turística en general, solo uno de los entrevistados estudió una carrera vinculada al turismo, sin llegar a completarla "por una cosa o por la otra" según afirmó la entrevistada. Por otro lado, solo 4 personas fueron quienes trabajaron alguna vez en el sector turístico, principalmente en el sector de restauración, a pesar de que en su momento no lo consideraron como una actividad

vinculada al turismo: " por lo que tengo entendido los restaurantes forman parte del turismo ¿no?", "Creo que trabajé en turismo, estaba en la barra de un boliche".

Cómo se definió previamente, según Bustos Cara (2001) el turismo es un fenómeno consumidor de espacios, utiliza territorios y sus condiciones sociales que le otorgan sentidos, modifica imágenes y representaciones de la sociedad tanto emisora como receptora. Por ello, para analizar la implicancia del Monte en la cotidianeidad de los vecinos, se consultó sobre visitas al Monte Calvario en momentos de tiempo libre, dando como resultado que 8 de los 13 entrevistados lo visitan, y 5 restantes que prefieren visitar otros puntos de la ciudad. De estos sujetos que afirman visitar el Monte en tiempos libres, la gran mayoría (6 de 8) interacciona con los visitantes del lugar. Este dato positivo frente al vínculo con turistas se ve reflejado en respuestas como "si los veo desorientados trato de ayudarlos", "les hacemos de guías", "si se da, sí"; Pero de los 13 entrevistados, solo 6 estarían dispuestos a recibir viajeros en sus hogares, y la mayoría aclaró que prefiere conocer previamente a quien se alojaría en su casa: "lo tendría que conocer bien, yo prefiero que se alguien de confianza", "no creo que reciba así de una", "teniendo certezas sobre la persona lo alojaría" mostrando, según lo observado, cierta incertidumbre al responder.

A la hora de determinar si el turista afecta al barrio, se consideró lo planteado por Vidal Moranta y Pol Urrutia (2005) y Berroeta (2015) quienes afirman que el entorno influye en la identidad social, y Ursino (2012) quien afirma que los espacios se cargan de significado a partir de la cotidianeidad de los locales. En este caso se puede destacar que en general los entrevistados afirman que los turistas tienen un impacto con su visita, tanto positivo como negativo. El dato que más destaca de las opiniones positivas frente a la presencia del turismo en el barrio, fue el movimiento que genera, tanto en la ciudad, como allí en el barrio. La principal preocupación de quienes afirmaron que el impacto del turismo es negativo, es el aspecto medioambiental del barrio, dónde los residuos que dejan los visitantes posterior a su visita al lugar, es el factor más visible y por lo tanto más impactante del turismo en el barrio: "afectan dejando desordenado principalmente", "el único problema es que a veces, dejan la plaza hecha un desastre", "los cestos de basura no dan a basto". A consideración del investigador, esta pregunta es una de las principales para denotar la percepción del turismo por parte de los vecinos, dejando una imagen no muy aceptable del mismo.

En cuanto a la representatividad del barrio en la vida de los vecinos, sucede lo planteado por Molano (2007) quien establece que la identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social, dónde se comparten rasgos culturales. En relación a lo planteado por la autora, un solo entrevistado afirmó sentirse parte del barrio: "solo vivo acá" dijo. Algo similar sucedió al consultar respecto a la incidencia del barrio en la identidad, solo 2 entrevistados negaron sentir al barrio como algo propio: "la mayoría se conocen hace un montón de años, se conocen y se identifican como vecinos, a mi me falta esa vuelta de tuerca".

Por otro lado, lo planteado por Molano (2007) también se ve reflejado en apreciaciones de las personas entrevistadas tales como: "Nos conocemos todos", "por los vínculos diarios con los vecinos", "conocemos a los vecinos y los comerciantes", "lo siento mío" y demás respuestas afirmativas con cierto grado seguridad y confianza, según la apreciación del investigador, en cuanto a las relaciones personales que hay en el barrio.

La identificación tiene como base el reconocimiento de características compartidas con otra persona o grupo, en torno al principio de lealtad y solidaridad por quienes comparten estas características, a lo largo del tiempo y el espacio (Hall, 2003 - Jelin, 2002). La comunidad fue el atributo elegido como el más representativo del barrio, avalando lo que se planteó en el párrafo anterior: más de la mitad de los entrevistados señaló a los vecinos y la convivencia como lo que más lo representa. Mientras que la tranquilidad del lugar, el Monte Calvario, y Plaza San Martín fueron elegidas por 2 personas cada una. Estos elementos sirven, tanto individual como colectivamente, como propios frente a los "otros" (Hoffman, 1992).

Este sentido de identidad y pertenencia, exige que los estudios posteriores a casos similares como el planteado, como en la planificación turística, consideren a la comunidad local como agentes activos en la actividad turística y su desarrollo.

Este resultado se contrapone a lo investigado por Díaz Larrañaga (2011) quien concluyó que los vecinos de La Plata sienten el territorio apropiado por otros en base al estudio de las representaciones sociales de lo cotidiano.

Por último, más allá que los barrios sean recortes socio-territoriales hechos dentro de la ciudad con fines de control y organización (Piréz, 1995) absolutamente todos los entrevistados volverían a elegir el barrio El Calvario como lugar para vivir, a pesar de conocer la situación en materia de turismo en la que se encuentra inmerso el mismo, puesto que a pesar de que existen molestias en cuanto al turismo, la tranquilidad y la

convivencia en el barrio lo hacen un lugar digno para vivir, todo ello reflejado en afirmaciones de los entrevistados como: "no me imagino en otro lugar", "dentro de todo es muy tranquilo, es un lugar lindo para vivir. Volvería claramente", "que sea tranquilo y que haya movimiento turístico lo hace un lindo lugar para vivir", " se vive tranquilo, seguro y cómodo por acá", y, a consideración del investigador, el vínculo entre vecinos y la tranquilidad en el estilo y ritmo de vida es más fuerte que el nivel de malestar que genera la actividad turística, y que llegara a inducir a buscar un cambio de residencia.

A pesar de la presencia de uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad de Tandil, las calles del barrio tienen un ritmo desacelerado, dónde el investigador en ciertos momentos se encontró caminando solo las calles, sin registrar movimientos a su alrededor. Sin embargo, como conclusión de lo observado, Plaza San Martín es el lugar más transitado en el barrio, por ser la principal puerta de entrada al Monte Calvario, cercanía de una estación de Servicio, por su tamaño e instalaciones que dan lugar a entrenamientos físicos, y por la disponibilidad de un espacio verde, cercano al centro administrativo y comercial de la ciudad, en el cual se puede descansar y compartir momentos bajo la sombra de los árboles o la luz del sol.

Los entrevistados han demostrado interés en su lugar de residencia, sentido de pertenencia al barrio, remarcando los valores que más lo caracterizan y lo hacen un lugar agradable para vivir, por lo tanto los diferentes grupos locales y su subjetividad, deben ser tenidos en cuenta para un desarrollo turístico que estimule el desarrollo local, ya que a partir de las observación de distintos aspectos de la cultura local, demostrarán que existen valores subjetivos que, denotan una apropiación simbólica y material del espacio local y su paisaje, que podrá ser utilizado como principal recurso turístico (Barbini, 2008).

En base a esto, Comparatto (2012) establece que puede existir un gran acervo patrimonial, ya sea natural o cultural, grandes cantidades de capital para invertir, e incluso la presencia de profesionales, pero si no existe participación de la comunidad, predisposición para cooperar en la cadena de valor e interés y confianza en la actividad turística, difícilmente exista un desarrollo turístico sustentable.

Esta idea de incluir a la comunidad en la planificación del desarrollo es sustentada, en parte, por lo investigado por Calvento (2011) quien analizó la implementación de la marca ciudad Tandil, la cual no tuvo grandes resultados debido, en gran parte, por la falta de capacitación en el uso de esta herramienta en la comunidad local.

La cultura local ha de ser respetada, puesto que en estos espacios transcurre la cotidianeidad de los sujetos, y en ellos se desarrolla una relación dialéctica entre las representaciones del espacio que intervienen en el espacio de representación (Oslender, 2002 en Ursino, 2012).

Por último, a consideración del investigador todos los entrevistados mostraron interés y entusiasmo a la hora de responder a la entrevista, hicieron ameno el ambiente logrando que se torne una charla común, a pesar de que se haya interrumpido sus actividades cotidianas, donde el modelo de entrevistas se utilizaba como guía para mantener dentro de los márgenes aceptados las respuestas. El investigador se sintió cómodo a la hora de realizar el trabajo de campo, con incertidumbre al principio pero logrando confianza a medida que caminaba las calles y encontraba personas que aceptaban ser entrevistadas y aclaraban el panorama respecto al fenómeno en estudio.

## **Conclusiones Finales**

Al principio de la presente investigación se planteó como objetivo intentar determinar la manera en la cual los fenómenos socio-culturales consecuentes al desarrollo de la actividad turística repercuten en el proceso de apropiación simbólica del espacio, en los residentes del barrio El Calvario de la ciudad de Tandil. Tal objetivo era acompañado con la hipótesis de que la presencia de turistas y emprendimientos destinados a la satisfacción de la demanda de los mismos, alteraría la percepción del lugar por parte de los residentes del barrio.

Para la realización de la investigación se ha planteado una discusión entre autores para aclarar el concepto de apropiación del espacio. A medida que se avanzaba sobre el concepto, se infiere que tal proceso abarca diferentes conceptos: residentes, espacio, territorio, identidad, comunidad; los cuales fueron definidos desde distintos puntos de vista.

De este relevamiento bibliográfico podemos afirmar que el proceso de apropiación simbólica del espacio, alude a la relación producto de la cotidianeidad entre las personas y el terreno geográfico que habitan. Este vínculo permite a los habitantes atribuir un significado a estos lugares transitados, principalmente a través de las vivencias cotidianas que tienen lugar en estos espacios. Acorde a lo planteado, el proceso de apropiación del espacio, será la vía por la cual los espacios dejan de ser simples terrenos físicos, para ser territorios cargados de significados, estos serán individuales e independientes entre sí, con la característica de que estas significaciones no serán estáticas, si no que serán dinámicas, amoldándose al contexto sociocultural e histórico, tanto individual como grupal, de aquellos que transiten el lugar, por lo tanto cada uno de estos significados formará parte de la identidad individual de cada residente del territorio. La intervención del turismo junto a los actores que afectan a la actividad, ponen en riesgo la fortaleza de la identidad al momento de entrar en contacto con otros, ya que, como se afirmó, el turismo es consumidor de territorios, y a su vez este es portador de identidad, valores y normas morales propias del lugar.

Por otro lado, se realizó el trabajo de campo el cual constaba del traslado al terreno elegido, más la realización de entrevistas a residentes del barrio El Calvario, con la finalidad de intentar conceptualizar la idea que tienen estos respecto a la presencia de turistas en la zona. Este trabajo permitió confirmar que los vecinos perciben la presencia de turistas en el barrio y qué, además, afectan de alguna manera al mismo.



A pesar de que una mitad de los entrevistados considera que el impacto de la actividad turística es positivo y otra mitad que el impacto es negativo, los justificantes de los que lo perciben como algo perjudicial la presencia de turistas en El Calvario, fueron más extensos y detallados casi con un tono de queja. Con esto, sostenemos desde la presente tesis que las consecuencias ambientales de las visitas, generan incomodidad y molestia para los vecinos, ya que deben lidiar, principalmente, con una excesiva cantidad de residuos en zonas públicas en determinadas fechas, donde el Monte Calvario y el barrio se ven desbordado de visitantes. Esto es avalado por lo respondido por ciertos entrevistados, que si bien están de acuerdo con la presencia de los turistas, no dejan pasar la pregunta sin antes destacar las consecuencias negativas de su visita, nuevamente, aquellas vinculadas a la basura en espacios públicos del barrio.

Una contradicción surgió al momento de consultarse por las visitas al Monte Calvario en ratos libres, puesto que la mayoría no solo afirmó que lo visita, sino que también interacciona con los visitantes que se encuentran en el lugar, solidarizándose ante la necesidad de estos, pero a la hora de preguntar por si alojaría un turista en su casa, los votos negativos superaron a los positivos por uno, y sumado a ello, quienes respondieron que recibirían turistas en su hogar, aclararon que preferirían conocerlo con cierto grado de duda.

Tomando como referencia lo anteriormente mencionado, podemos señalar que, se percibe la presencia de turistas en el barrio, y varios la aceptan con mayor o menos grado de aprobación, no todos están de acuerdo en el desarrollo de la actividad turística en el lugar. Por otro lado, existen zonas del barrio en la que la presencia del turista es prácticamente nula, no solo confirmada por los entrevistados quienes viven en zonas alejadas al Monte Calvario, sino también por el investigador a la hora de transitar las calles del barrio, en diferentes momentos del día; Es notable, el cambio y la transición de la situación socioeconómica del barrio a medida que transcurren las cuadras en el lugar. Conforme se alejan del Monte Calvario y la avenida Monseñor D'Andrea, el contexto comienza a cambiar: casas de menor tamaño, fachadas deterioradas, mayor presencia de almacenes pequeños, calles de ripio, vehículos más modestos, veredas intransitadas, vecinos de mayor edad, entre otros detalles que denotan este cambio.

Si bien, en la metodología no se mencionó un relevamiento fotográfico del lugar, se considera pertinente, a modo de avalar y facilitar la comprensión de lo mencionado, incluir dos fotos que permitirán al lector la comparación de la situación detallada:



Fuente: Elaboración propia. Imagen tomada en Calle Ituzaingó entre Av. Monseñor D'Andrea y Calle Viamonte.



Fuente: Elaboración propia. Imagen tomada en Calle Ituzaingó entre Calle O'Higgins y Calle Alte. Brown.

A modo de cierre, la hipótesis que se planteó en esta tesis afirma que el turismo afecta el vínculo entre los residentes del barrio El Calvario y el espacio habitado.

A fin de responder esta hipótesis y el objetivo general de este trabajo de investigación, se puede afirmar que no es posible aplicar el impacto del turismo a todo el barrio en general ya que, según lo detallado previamente, existen sectores de El Calvario en los que no se percibe la presencia de turistas ni actividades vinculadas al desarrollo del turismo.

Según lo relevado es posible agrupar a los vecinos del barrio en distintas clases en base al nivel de contacto que estos tienen con los turistas y las actividades que estos realizan. Esta asociación es realizada en base a un corte geográfico del barrio tomando como eje central la avenida Monseñor D'Andrea:

- 1) Aquellos con elevado contacto: serán los vecinos que residan principalmente en zonas de la avenida y la entrada al Monte Calvario, y entre 2 y 3 cuadras paralelas a esta, con sus respectivas perpendiculares. También han de incluirse las zonas cercanas a Plaza San Martín, la puerta de entrada al barrio y al Monte. Estos lugares son el principal ingreso al Monte Calvario, y son los más transitados por los turistas, por lo que, en determinados momentos, el lugar ve superada su capacidad de carga y por otros se encuentra al límite.
- 2) Aquellos sin contacto: serán los residentes que tengan sus hogares a partir de la tercera y cuarta calle paralela a la avenida Monseñor D'Andrea. En estos lugares alejados del principal atractivo del barrio y su principal acceso, no es percibida la presencia de turistas y son zonas en las cuales una de las principales características es el ritmo de vida tranquilo, al menos en espacios públicos, y falta de emprendimientos o actividades vinculadas al turismo.
- 3) Aquellos con contacto que no viven en zonas cercanas al Monte: quienes entran en esta clase, son los vecinos que si bien viven en lugares del barrio alejados de los que fueron mencionados en el primer inciso, por una cuestión o por otra suelen visitar esa zona y, por ende, son afectados por la actividad turística.

Con lo que se ha mencionado hasta aquí en esta tesis, se ha constatado la relación entre elementos tangibles e intangibles, como lo son el espacio y el territorio, con la identidad y significados. Se ha mostrado hasta aquí que el turismo junto a sus actores, tienen repercusión en las personas, ya sea notando o no su presencia y que el proceso de apropiación del espacio es una vía dinámica, por la cual el contexto de la comunidad se relaciona con el territorio.

En conclusión, el desarrollo de la actividad turística en el barrio El Calvario, tiene distintas implicancias en los vecinos del lugar, pero luego de entrevistar a residentes y, a su vez, transitar las calles de la zona, se denota una ausencia de movimiento de personas, tanto residentes como visitantes, en diferentes partes del barrio, junto a un notable cambio de las condiciones socioeconómicas, a partir de que se alejan del Monte Calvario y la Avenida Monseñor D'Andrea, lo que da lugar a clasificar los impactos del turismo en base al contacto que se tiene con los turistas según el lugar de residencia: Elevado contacto, Contacto nulo, Contacto con residencias alejadas al Monte Calvario.

### **Aportes para posibles líneas de Investigación**

La presente investigación además de tener como objetivo indagar la incidencia de la actividad turística en general, en el proceso de apropiación simbólica del espacio en el barrio El Calvario de la ciudad de Tandil, pretende realizar un aporte académico al estudio de los impactos sociales de la actividad turística y servir de base para estudios futuros sobre:

- Otros barrios en la ciudad de Tandil o el Mundo.
- Fenómenos turísticos particulares.
- Otros procesos vinculados a la identidad: apego al lugar, identidades grupales, espacios sociales y demás.
- Actores determinados: residentes con mayor longevidad en el barrio, personal de almacenes o emprendimientos turísticos, vecinos que transiten el Monte Calvario, entre otros.
- Imaginarios de una comunidad.
- Análisis de significados del territorio.
- Turismo como consumidor de espacios y territorios cotidianos.
- Percepción del turismo.

## **Aportes del Profesional en Turismo**

Según Pereiro Pérez (2009), los turistas pueden ser vistos como desconocidos por las comunidades. En este sentido, los residentes suelen creer que los visitantes no pertenecen a lo local, a lo familiar, los ven como intrusos, como personas en las que no se puede confiar totalmente.

El turismo genera impactos en el destino, ya sean de tipo ambientales, socioculturales o económicos, los cuales afectan de manera diferente a los habitantes de los destinos receptores (Sánchez Tovar, 2009).

Estas son dos de muchas investigaciones vinculadas al turismo, que denotan que éste tiene impactos de distinta índole en el destino. Por lo tanto, para que la actividad turística sea sustentable, el profesional en turismo ha de intervenir y considerar el beneficio de la comunidad local a la hora de planear y organizar el desarrollo de la actividad, pensando en el mejoramiento de la calidad de vida de estos y la conservación del espacio que estos habitan. El turismo debe ser ambientalmente sustentable, para poder serlo en la esfera socio-cultural y en la económica (Venturini, 2001).

## **Bibliografía**

Almirón, Analía (2004) Turismo y espacio. Aportes para otra Geografía del turismo. *GEOUSP, Espaço e Tempo*. Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de San Pablo, Vol. 16, 167- 180.

Barbini, Bernarda (2005). Viabilidad social para el desarrollo turístico en centros urbanos bonaerenses. *Aportes y transferencias*, Vol. 9 (2), 148-158.

Barbini, Bernarda (2008). Capital social y desarrollo. Aplicación de indicadores de capital social al ámbito turístico. *Aportes y transferencias*, Vol. 12 ( 2), 65-91.

Barrado Timón, Diego (2004) El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, (160), 45-68

Berroeta, Héctor, Ramoneda, Alvaro, Rodriguez, Viviana, Di Masso, Andrés, & Vidal, Tomeu (2015). Apego de lugar, identidad de lugar, sentido de comunidad y participación cívica en personas desplazadas de la ciudad de Chaitén-Magallania (Punta Arenas), Vol. 43 (3), 51-63.

Bertoncello, Rodolfo (2002) Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencia, Tiempo Libre, Turismo y Recreación, Mar del Plata, Argentina* Año 6, Vol. 2.

Blanco, Jorge, Bosoer, Luciana y Apaolaza, Ricardo (2014). Movilidad, apropiación y uso del territorio: una aproximación a partir del caso de Buenos Aires. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. 18.

Bustos Cara, Roberto (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. *Aportes y transferencias*, Vol. 5 (1), 11-28.

Cacciutto, Mariangel (2010). La aplicación de la teoría del Capital Social a los estudios turísticos. *FACES*. Vol.16 (34-35), 111-127.

Calvento, Mariana (2011). Análisis comparativo de la Marca-Ciudad en municipios de la Provincia de Buenos Aires: Los casos de Tandil y Villa Gesell. *Revista local del Centro de Estudios Desarrollo y Territorio (CEDeT)*. Vol.8, 1-18.

Cammarata, Emilce (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En *Al Geraiges, M. Arroyo y ML Silveira, América Latina: Cidade, campo e turismo*. San Pablo: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Campodónico, Rossana y Chalar Bertolotti, Luis (2013). El turismo como construcción social: Un enfoque epistemo-metodológico. *Anuario Turismo y Sociedad*, Vol. 14, 47-63.

Castro Álvarez, Ulises (2009). Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región costa sur de Nayarit. Universidad de Guadalajara. México.

Calvento, Mariana (2011). Análisis comparativo de la Marca-Ciudad en municipios de la Provincia de Buenos Aires: Los casos de Tandil y Villa Gesell. *Revista local del Centro de Estudios Desarrollo y Territorio (CEDeT)*, Vol. 8, 1-18.

Castells, Manuel (1999). Globalización, identidad y estado en América Latina. *Santiago de Chile: PNUD*.

Claval, Paul (1999). La geografía cultural. *EUDEBA*. (911.3)

Comparato, Gabriel (2012). *Capital Social y Turismo en Azul. Un ticket de ida al desarrollo* (Tesis de Grado). Licenciatura en Turismo. Facultad de Ciencias Económicas; Universidad Nacional de La Plata. La Plata. Argentina.

Cook, Thomas y Reichardt, Charles (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Morata.

Cuche, Denys (2004). La noción de cultura en las ciencias sociales. *Buenos Aires: Nueva Visión – Edición actualizada*. 233-237

De Alba, Martha (2009). Representaciones sociales y el estudio del territorio: aportaciones desde el campo de la Psicología Social. *Cuajimalpa: Laboratorio de Análisis Socioterritorial Universidad Autónoma Metropolitana*.

Díaz Larrañaga, Nancy, Grassi, Luciano y Mainini, Cecilia (2011). Sociabilidad: los modos de apropiación del espacio público. *Question*, Vol. 1 (29).

Fernández, Guillermina, Guzmán Ramos, Aldo y Morlegan, Cristina Van (2008). Alojamientos turísticos y problemáticas ambientales. El caso de los complejos de cabañas en Tandil, Argentina. *El Periplo Sustentable*, (15).

García, Alejandro y Lavalle, Natalia (2012). Algunas consideraciones sobre la actividad turística. *Notas en Turismo y Economía*. (4).

García Canclini, Néstor y Aguilar Criado, Encarnación (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. *Patrimonio Etnológico. Nuevas Perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. 16-33.

Giménez, Gilberto (2005). La cultura como identidad y la identidad como cultura. *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. México*.

Giménez, Gilberto. (2005). Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural. *Trayectorias, Vol. 17 (17)*.

Gissi, Nicolás, & Soto, Paula (2010). De la estigmatización al orgullo barrial: Apropiación del espacio e integración social de la población mixteca en una colonia de Ciudad de México. *Revista invi, Vol. 25 (68)*, 99-118.

González Damián, Alfonso (2004). El anfitrión como actor social en el turismo. Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la Sal, México. *Revista de Ciencias Sociales (Cr). Vol. 3*, 155-166.

Graumann, Carl Frederic (1976). The concept of appropriation (aneignung) and modes of appropriation of space.

Guber, Rosana. (2011). El Trabajo de Campo: Un Marco Reflexivo para la Interpretación de las Técnicas. En Siglo Veintiuno Editores. *La Etnografía. Método, Campo y Reflexividad*. Argentina, Buenos Aires.

Hall, Stuart (2003). Introducción: ¿Quién necesita identidad?. *Cuestiones de identidad cultural*, 13-39.

Hiernaux-Nicolás, Daniel (1991). Teoría y praxis del espacio turístico. *Diseño y Sociedad*. Universidad Autónoma Metropolitana. México. (1), 102-103.

Hiernaux-Nicolás, Daniel (1994). En busca del Edén: turismo y territorio en las sociedades modernas. *Revista Ciudades, Vol. 23*, 24-30.

Hiernaux-Nicolás, Daniel (2002). Turismo e imaginarios. Cuaderno de ciencias sociales (123), Imaginarios sociales y turismo sostenible. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). 7-36.

Hoffmann, Odile (1992). Tierras y territorio en Xico, Veracruz. *Gobierno del Estado de Veracruz, Col. Quinto Centenario*. Xalapa. (16).



Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010). INDEC: Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

Jelin, Elizabeth (2002). ¿De qué hablamos cuando hablamos de memorias?. *Los trabajos de la memoria*, 17-379.

Korosec-Serfaty, Perla (Ed.). (1976). *Appropriation of space: proceedings of the Strasbourg Conference*. Louis Pasteur University.

Lan, Diana y Migueltoarena, Alejandro (2011). Formas de apropiación y espacios públicos en Tandil, a inicios del siglo XXI. *Cuaderno urbano*, Vol. 10 (10), 107-126.

Lorenzo, Cecilia (2014). *Travesía literaria desde Europa a la Patagonia. Las crónicas de viaje y el imaginario turístico de Patagonia del turista europeo*. (Tesis de grado) Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Argentina.

Molano, Lucia (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7).

Moscoso, Viviana (2012). *La construcción social del territorio y su incidencia en la concepción del destino turístico* (tesis de grado). Facultad de Ciencias Económicas – La Plata.

Murillo, Javier y Martínez, Cynthia (2010). Investigación Etnográfica. Metodología de Investigación Educativa en Educación Especial. 3ª edición.

Núñez, Ana (2011). Formas socioterritoriales de apropiación del habitar y derecho al espacio diferencial. *Territorios*. Vol. 24, 165-191.

Olivera, Ana (2011). Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. *Cuadernos de Turismo* (27), 663-677.

Pérez, Pereiro (2009). Turismo cultural. *Uma visão antropológica*.

Pérez, Pedro (1995). Actores sociales y gestión de la ciudad. *Revista Ciudades*, Vol. 28, 8-14.

Pol Urrútia, Enric (1996). La apropiación del espacio en Lupicinio y Pol. *Cognición, representación y apropiación del espacio*. *Collecció Monografies Psico-Socio-Ambientals*. Vol. 9, 45-62.

Pol Urrutia, Enric (2002). El modelo dual de la apropiación del espacio. En Vidal Moranta, Tomeu - Pol Urrutia, Enric (2005) La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología - Universitat de Barcelona*. Vol. 36 (3), 281-297.

Sahores Avalís, Virginia (2013). *El Falcon Verde como lugar simbólico y la posibilidad de su activación para un uso turístico responsable*. (Tesis de grado). Licenciatura en Turismo. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata. La Plata. Argentina

Sanca Tinta, MilerDaen (2011). Tipos de investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, Vol. 12, 621.

Sánchez Tovar, Ligia (2009). Turismo y comunidad receptora. Un estudio en la costa venezolana. *Fermentum*, Vol. 19 (54), 79-101.

Sautu, Ruth, Boniolo, Paula, Dalle, Pablo, y Elbert, Rodolfo (2005). Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO-Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Silva, Ana (2011). Imágenes e imaginarios urbanos en la "ciudad de las sierras". *Iluminuras*, Vol. 11, (26).

Smith, Anthony (1997). El fundamento étnico de la identidad nacional. *Smith, Anthony D. La identidad nacional*.

Sousa Álvarez, Antón (2005) La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos – metodológicos". *Revista de Política y Sociedad*. Vol. 42 (1), 57-84.

Taylor, Charles (1996). *Identidad y reconocimiento*.

Ursino, Sandra Valeria (2012). *Paisaje contaminado ¿visible o invisible? Representaciones sociales de la contaminación ambiental y prácticas espaciales en los barrios más afectados de Dock Sud* (Tesis de Maestría). Facultad de Arquitectura y Urbanismo - Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.

Valera, Sergi (1996). Análisis de los aspectos simbólicos del espacio urbano. Persepectivas desde la psicología ambiental. *Revistas de Psicología. Universitas Tarraconensis*, Vol. 18, 63-84.

Vázquez, Patricia (2013). Comparación de índices de estrés hídrico, a partir de información captada por el sensor MODIS, en la Región Pampeana Argentina. *Cuadernos Geográficos*, (52).

Velásquez, Emilia (1997). La apropiación del espacio entre nahuas y popolucas de la Sierra de Santa Marta, Veracruz. En *Odile Hoffmann y Fernando Salmerón Castro, Nueve estudios sobre el espacio. Representación y formas de apropiación, CIESAS-ORSTOM, México*, 113-131.

Venturini, Edgardo (2001). Turismo y Desarrollo Local. La Agenda Local como instrumento para la promoción de un desarrollo turístico sustentable.

Vidal Moranta, Tomeu - Pol Urrutia, Enric (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología - Universitat de Barcelona. Vol. 36 (3)*, 281-297.

## **Anexos**

### **Anexo nº 1: Modelo de entrevistas**

Edad – Sexo – tiempo en el barrio – zona del barrio dónde vive – ocupación.

¿Trabajó en turismo? Si – No

En caso de respuesta afirmativa: ¿En la avenida Monseñor D'Andrea? SI – NO

Este trabajo en turismo ¿era estable o eventual?

¿Le gustó el trabajo en el área de turismo?

¿Estudió turismo? Si - No

¿Cree que el turista afecta al barrio? ¿De qué manera?

¿En su vida cotidiana atraviesa o cruza el monte o la avenida?

¿Visita el monte calvario durante sus ratos libres/ocio?

En caso de respuesta afirmativa: ¿Se vincula con los visitantes al pasar por ahí?

¿Recibiría turistas en su casa?

¿Se siente parte del barrio? ¿El barrio es parte de usted?

¿Qué es lo que más lo representa del barrio?

¿Siente que ha habido algún cambio en eso que más lo representa debido a la presencia de los turistas o la actividad turística?

Si supiera la situación en la que se encuentra inmersa el barrio en cuanto a materia turística, ¿volvería a elegirlo como lugar para vivir?

## **Anexo nº 2: Entrevistas**

### **Referencias:**

- E: Entrevistado
- I: Investigador

**Entrevista nº 1:** Edad: 34. Sexo: F. Tiempo en el barrio: 10 años. Zona del barrio que habita: Ituzaingó y Gaucho Rivero. Ocupación: Trabaja en el centro comunitario del Barrio.

I: Hola, buenos días. Ando investigando el vínculo del turismo con la apropiación del espacio y la identidad de los vecinos del barrio.

E: ¡Uh! De este lado del barrio no hay nada de turismo, si prestaste atención de camino acá (refiriendo al centro comunitario) no anda "ni el loro", mucho menos van a andar turistas.

I: ¿Ni en Semana Santa?

E: No, tampoco, más allá de dos cuadras aledañas a la Avenida Monseñor De Andrea no se ve movimiento, acá mucho menos.

I: ¿Entonces usted está de acuerdo que el turismo no impacta en nada acá, ni a usted ni al centro comunitario?

E: Claramente no, con suerte vemos alguno perdido pero es una vez al año como mucho, ja!

**Entrevista nº2:** Edad: 70. Sexo: M. Tiempo en el barrio: 44 años. Zona del barrio que habita: Brandsen y Cheverrier. Ocupación: Jubilado y comerciante.

Posterior a compra:

I: ¿Hace mucho vive por acá?

E: Si, 44 años aquí mismo, ¿por qué?

I: Me encuentro trabajando en mi tesis y necesito vecinos del barrio que vivan aquí hace más de 10 años y su relación con el turismo. Usted encaja de sobra señor.

E: Ah no pero viniste al lugar equivocado, de este lado del barrio está la miseria, las sobras, fíjate que no anda nadie.

I: ¿Por qué dice eso?

E: Porque los comercios grandes se llevaron todo el movimiento de esta zona. A Carrefour y El Monarca (cadena de supermercados local) no se les puede competir, ellos no pierden nunca, y si pierden no les importa, pero nosotros los comercios de barrio tuvimos que seguir a pulmón.

I: Pasa en todos lados.

E: Si, pero acá en el barrio es terrible, antes estaba lleno de almacenes, fueron cerrando de a uno, quedamos alguno nomas. Hace 20 años la gente hacía cola con número en la mano, para que los atiendan. Mira ahora, no anda nadie.

I: Si, me paso caminando por acá que no anda mucha gente.

E: Ahí (señala 5 ganchos colgados del techo) tenía 30 medias reses colgadas por día, y se me iban enseguida, era el capo del barrio.

I: ¿Y ahora?

E: Estuve enfermo, tengo 3 by pass en el corazón y tuve 4 ACV que me dejaron medio tartamudo, estoy acá para sumarle algo a la jubilación y entrenarme, ¿viste? Sino, el encierro te mata.

I: Genial, muchas gracias por su colaboración.

**Entrevista nº 3:** Edad 53. Sexo: M. Tiempo en el barrio: 24 años. Zona del barrio donde vive: Brandsen y Paraguay. Ocupación: Empleado.

I: Trabajaste en turismo alguna vez?

E: No, nunca.

I: ¿Crees que el turista afecta al barrio con su presencia?

E: No, no. Afecta dejando algo desordenado principalmente. La plaza esta (Plaza San Martín) es donde más se ve, si es que dejan basura o algo por el estilo, a pesar de que hay basureros y cosas por el estilo, pero normalmente algo dejan siempre. Más que nada eso. A pesar de que hemos tenido situaciones, por ejemplo, que han estacionado el auto frente a la plaza, pero no es lo común.

I: ¿Visitas el Monte Calvario en tus ratos de ocio?

E: Si, sí.

I: Y por ejemplo, al cruzarte turistas o visitantes, ¿te vinculas con ellos?

E: Normalmente sí, si preguntan trato de responder lo mejor posible, o por ahí los ves medio perdidos, mirando el mapa o desorientados o algo, si tienen alguna duda trato de ayudarlos.

I: ¿Y los recibirías en tu casa?

E: Sí, yo creo que sí. Bah, depende de la cara también je.

I: No, obviamente, tampoco meter a todos los que te cruces a tu casa,

E: Claro, siempre que se pueda entablar una relación previa y conocerlos, sí.

I: Y usted, ¿se siente parte del barrio?

E: Sí.

I: ¿Lo sentís como algo propio? ¿Cómo algo tuyo el barrio?

E: Sí, totalmente.

I: Y qué es lo que más te representa?

E: El calvario y la plaza.

I: ¿Siente que hubo un cambio en usted por la presencia de turistas en el barrio?

E: No, más que nada lo de la mugre que después la esquivamos los que quedamos nomás.

I: Y si supieras la situación en la que se encuentra el barrio en materia de turismo, ¿volverías a elegir este lugar para vivir?

E: Sí, no me imagino en otro lugar.

**Entrevista nº 4:** Edad: 66. Sexo: F. Tiempo en el barrio: 45 años. Zona del barrio en la que vive: Santa María de Oro y Brandsen. Ocupación: empleada comercial.

I: ¿Trabajó en turismo en su vida?

E: No.

I: ¿Cree que el turista afecta al barrio?

E: En realidad está bueno haya turismo, que venga gente. El único problema es que a veces, dejan la plaza hecha un desastre, dejan desperdicios, no juntan las cosas que usan. Bueno, dependiendo también de la gente, no son todos, pero los que lo hacen son los más se destacan. Pero por lo general es así, especialmente en Semana Santa y cosas así, que después tiene que venir la municipalidad de urgencia a limpiar la plaza porque no se puede andar. Pero igual es lindo que venga gente.

I: ¿Visita el Monte Calvario en sus ratos libres?

E: Sí, a veces, principalmente en Semana Santa.

I: ¿Cuándo realizas esta visita, soles interactuar con visitantes o turistas que anden por allí?

E: Por lo general, voy cuando vienen familiares o amigos y quieren visitar y conocer el lugar. Me permite compartir con ellos un grato momento y pasamos tiempo juntos.

I: ¿Y en caso que existiera la posibilidad, recibirías turistas en tu casa?

E: No, no tengo lugar donde alojarlos.

I: ¿Siente que el barrio es parte de usted?

E: Sí, seguro, totalmente. Tantos años, nos conocemos con todos los vecinos, somos siempre los mismos...

I: Como algo propio, ¿digamos?

E: sí, incluso la plaza, nos molesta cuando rompen los faroles o no la cuidan, o tiran piedras a los pájaros. La gran mayoría comparte el sentimiento y tratamos de cuidar el lugar entre todos.

I: ¿Y el Monte?

E: ¿El Monte Calvario? De este lado quizás no tanto, por ahí más los vecinos que viven más cerca.

I: Por último, si supiera la situación en la que se encuentra el barrio en cuanto a turismo, ¿volvería a elegir este lugar para vivir?

E: Si, por supuesto. Dentro de todo es muy tranquilo, es un lugar lindo para vivir. Volvería claramente.



**Entrevista nº 5:** Edad: 52. Sexo: M. Tiempo en el barrio: 16 años. Zona del barrio en la que vive: Brandsen y O'Higgins. Ocupación: Policía y Bombero.

I: ¿Trabajó en turismo alguna vez en tu vida?

E: No.

I ¿Crees que el turista afecta de alguna manera el barrio?

E: No.

I: ¿Visitás el monte Calvario en tus ratos libres?

E: No.

I ¿En caso de que se dé la oportunidad, recibirías turistas en tu casa?

E: No.

I: ¿Sentís el barrio como algo tuyo?

E: No, solamente vivo acá.

I: El Monte Calvario, ¿representa algo para usted?

E: No, nada.

I: Si supieras la situación en la que se encuentra inmersa el barrio en cuanto a la actividad turística, volverías a elegirlo como lugar para vivir?

E: Sí, no me afecta mucho el turismo a mí.

**Entrevista nº 6:** Edad: 34. Sexo: F. Tiempo en el Barrio: 34 años. Zona del barrio donde vive: Itzaingó y Paraguay. Ocupación: Empleada de comercio.

I: ¿Trabajaste en turismo alguna vez?

E: No, pero me hubiera gustado, estudié 2 años turismo, pero por una cosa o la otra dejé la carrera.

I: ¿Cree que el turismo afecta al barrio?

E: ¿Directamente? No. Es más, creo que hace falta que vengan más, no solo al Monte, sino a Tandil en general.

I: ¿Visita el Monte Calvario en sus ratos de ocio?

E: Más o menos. Me gusta pasear por Tandil en general, es hermoso todo.

I: En caso de que existiera la posibilidad, ¿recibirías turistas en su casa?

E: Nunca lo pensé, pero creo que no.

I: ¿Se siente parte del barrio?

E: Si, ¿por qué no?

I: ¿Y el barrio como parte de usted?

E: Si, totalmente.

I: ¿Y que sería lo que más te representa del barrio?

E: El Monte creería. Es lo que le da nombre al barrio.

I: Volverías a elegir este lugar para vivir sabiendo el contexto actual?

E: Si, es muy lindo este barrio.

**Entrevista nº 7:** Edad: 36. Sexo: M. Tiempo en el barrio: 10 años. Zona del barrio en la que vive: Gaucho Rivero y 12 de octubre. Ocupación: Artesano.

I: ¿Hace mucho trabaja de artesano?

E: Sí, hace un par de años ya, 6 o 7 te diría. Nos movemos bastante con mi señora, ahora nos instalamos por acá

I: Bien, y ¿les gusta el barrio?

E: Sí, por eso lo elegimos también. Nos instalamos acá a unas 10 cuadras y tenemos nuestro puestito por acá, lo más cerca que podemos del monte para quedar a la pasada de los que vienen a visitar.

I: ¿Creen que el turista afecta al barrio?

E: Para mí, no. En realidad hay posiciones encontradas ahí, porque por ahí hay algunos que les molesta que el colectivo esté ahí estacionado, haciendo ruido y estorbando, una hora o lo que sea. Pero a mí me gusta y nos viene bien para lo que es el puesto y nos da trabajo. Le da otro movimiento al barrio, la mayoría es gente tranquila, que viene a pasear, a descansar, y eso está bueno también.

I: ¿En sus ratos libres, visitan el monte Calvario?

E: Sí, a veces vamos, nos cargamos algunas cosas del puesto y vamos mostrando un poco, principalmente a los visitantes, que son nuestro mercado.

I: Y si existiera la posibilidad, ¿recibirían algún turista o varios en su casa?

E: ¿Si, ¿por qué no?

I: Se sienten parte del barrio?

E: Sí.

I: Y el barrio, ¿es parte de ustedes?

E: A esta altura sí, ya nos conocemos con los vecinos y con la mayoría de los comercios. Es lindo por acá.

I: ¿En qué sentido?

E: En que podemos vivir y trabajar de lo que nos gusta en un paisaje hermoso, cerca del turismo que nos acerca otras realidades.

I: Hablando del monte, ¿les representa algo el monte?

E: Es un espacio verde lindo y necesario para la ciudad. Nos da la posibilidad de trabajar mientras estamos de picnic por acá. Lástima que siempre está en riesgo la naturaleza, todo esto verde, seguro en algún momento lo hacen centro comercial o algo por el estilo. En vez de mantener lo que caracteriza a Tandil, que es lo natural, no, lo van tapando con cemento, edificios, casas. Pero sí, es un lindo lugar, que tenemos que cuidar porque podemos pasear, tomar mates y disfrutar. Más allá de que seas o no de la religión, no se puede negar que es un lugar lindo.

I: Y por último, ¿conociendo la situación en la que está el barrio en lo que respecta a turismo, la volverían a elegir como lugar para vivir?

E: Sí, pero el barrio no afecta mucho a lo que es el paseo. El barrio quedó ajeno a lo que es la situación turística.

**Entrevista nº 8:** Edad: 32. Sexo: F. Tiempo viviendo en el barrio: 10 años. Zona del barrio en la que vive: Gaucho Rivero y 12 de octubre. Ocupación: Artesana.

I: ¿Usted es la esposa de él? (Entrevistado anterior)

E: Nunca nos casamos, pero digamos que sí.

(Se le comenta el propósito de la entrevista y los requisitos)

I: ¿Trabaja en turismo?

E: Sí, estamos hace 7 años más o menos en esta zona, con nuestro puesto. ¿Cuenta cómo trabajo en turismo?

I: Sí, los comerciantes son actores fundamentales en la actividad turística.

E: Entonces podemos decir que sí. Hemos estado en otros lugares, pero este nos tiene maravillados.

I: ¿Cree que el turista afecta al barrio?

E: Claramente. Una compra al almacén ya afecta al barrio, ¿o no? Tener movimiento constante de una u otra manera te afecta como vecino. Nosotros charlamos mucho con los que vienen a visitar. Además de artesanías, también somos un punto de información turística (se ríe). Recomendamos a dónde ir, cómo ir, lugares para visitar, que sí, que no, cómo pueden llegar. Está bueno igual, nos divertimos, charlamos, a pesar de que no vendamos nada pero también demuestra que hacen falta de estos puntos. Somos artesanos, hemos andado por otros lugares, y cuando necesitamos, siempre hubo alguien entonces está bueno dar lo que uno quiere recibir en algún momento.

I: Y en sus ratos de ocio, ¿suelen visitar el monte Calvario?

E: Si, de vez en cuando nos pegamos una escapada. Manoteamos algo del puesto, uno nunca sabe cuándo puede meter una venta.

I: ¿Se vinculan con gente que ande por ahí?

E: Si se da, sí. Y si podemos vender algo mejor.

I: Si se diera la oportunidad, ¿recibirían turistas en su casa?

E: Sí.

I: Y el barrio, ¿lo sienten como algo propio?

E: Sí, también.

I: ¿Se sienten parte del barrio?

E: Sí, tanto tiempo acá te terminas encariñando. A pesar de que en un principio, nosotros siempre trabajando con lo nuestro, sin molestar a nadie, estaba todo bien con un hombre de un negocio que ya nos conoce y nos dejaba ponernos en su vereda. Un día le agarró la ambición y nos dijo que ya no nos quería ahí, quería agarrar todo para él. Entonces nos echó, no nos quería más ahí, y bueno. Caímos ahora acá a la vuelta ( Payró y Fray Justo Santa María de Oro). Pero después la mejor con todos, siempre nos saludamos, nos conocemos, todos trabajamos y nadie molesta a nadie. Reglas básicas de convivencia. Se comparte mucho, salimos ganando todos.

I: No sería el primer caso que escucho. Siguiendo, ¿el monte les representa algo?

E: Sí, tranquilidad. Es un punto de importancia para la ciudad, seas o no de la religión católica. Un espacio verde, un punto turístico, interés de los religiosos, y todos los significados que vos le quieras dar. Para mi tranquilidad, estamos de picnic y así como te acercaste vos a charlar, hacemos lo mismo con todos los que necesiten una mano, y a su vez, trabajo.

I: Última, si supieras la situación actual del barrio en cuanto al turismo. ¿Volverías a elegirlo como lugar para vivir?

E: Yo creo que sí, justamente que sea tranquilo y que haya movimiento turístico lo hace un lindo lugar para vivir, y justo para nosotros y nuestra profesión, da el contexto ideal para nuestro puesto. A pesar de que nos echaron, lo volvimos a elegir.

**Entrevista nº 9:** Edad 40. Sexo: M. Tiempo viviendo en el barrio: 22 años. Lugar donde vive: Itzaingó y O'Higgins. Ocupación: comerciante

I: ¿Trabajó en turismo?

E: Por lo que tengo entendido los restaurantes forman parte del turismo ¿no? Estuve haciendo de mozo un par de años en un restaurante.

I: ¿Acá en el barrio?

E: No, en el centro. Me pagaban dentro de todo bien, y me servía para mis primeros años viviendo solo en Tandil. Soy de Tres Arroyos pero terminé la escuela y me vine para acá.

I: Cuando te viniste, ¿estudiaste turismo?

E: No, contador. No me fue muy bien, se me complicó trabajar y estudiar, era muy desordenado, pero lo poco que aprendí lo uso para mis negocios, tengo este almacén y otros 2.

I: ¿Cree que el turista afecta al barrio?

E: Creo que sí, mueve mucha gente en semana santa y otros días claves, al que no le afecta es porque vive en una burbuja.

I: ¿Visita el monte Calvario en sus ratos libres?

E: Me gusta más el dique.

I: En caso de que se diera la oportunidad, ¿recibirías turistas en tu casa?

E: Es complicado, lamentablemente hoy no puedes meter a cualquiera en tu casa, he escuchado de esas redes de gente que aloja gente y cosas así, pero no tengo ni idea cómo funcionan. Yo creo que teniendo certezas sobre la persona, sí, lo alojaría.

I: ¿Se siente parte del barrio?

E: Sí.

I: Y el barrio, ¿lo siente como parte de usted?

E: Sí, ya soy un tandilense más a pesar de no haber nacido acá. Probé suerte por acá, y me fue, dentro de todo bien, así que estoy contento tanto con el barrio como la ciudad.

I: ¿Y qué es lo que más lo representa del barrio?

E: Creo que los vecinos en sí, nos conocemos todos y tratamos de mantener el barrio en buenas condiciones. Hay un buen ambiente, al menos con los que yo más me relaciono.

I: ¿Y el monte Calvario? ¿Le representa algo?

E: Son dos caras de la misma moneda, en semana santa y eso, rebalsa de gente, pero otros días, por ahí los más fríos que no anda nadie. Es el movimiento y la tranquilidad en un mismo lugar.

I: Por último, si conociera la situación en la que está el barrio en materia turística, ¿volvería a elegir este lugar para vivir?

E: La situación es un tanto egoísta diría yo. Porque el turismo en sí, se lo lleva el monte y los que tienen algo cerca ahí y listo.

I: ¿Cerca cuánto?

E: 3 cuadras alrededor ponele. Acá ya se ven las casas más chicas, más venidas abajo. El barrio no afecta mucho al turismo, si bien viene gente y eso, no es mucho, y si vienen, se van enseguida, no es muy conocido. Pocos conocen para este lado del barrio, incluidos los de Tandil, muchos no conocen 3 o 4 cuadras alejadas del monte. A la redonda es un barrio totalmente diferente, ¿anduviste por atrás del monte?

I: No.

E: Bueno, ahí es un mundo aparte. Hay gente trabajadora, casas tomadas, gente con mucha plata, algún que otro "hippie". Una mezcla importante. De este lado es otra historia, es la zona linda, la que se ve. Barrio más caro también, pero ya te digo, muy variado todo.

**Entrevista nº 10:** Edad: 48. Sexo: F. Tiempo viviendo en el barrio: 10 años. Zona del barrio en la que vive: Viamonte y Payró. Ocupación: Docente.

I: Sos docente, pero en algún momento ¿estudiaste o trabajaste en turismo?

E: No, siempre en educación lo mío.

I: ¿Crees que el turista afecta al barrio?

E: No.

I: En tus ratos de ocio, ¿soles visitar el Monte Calvario?

E: Sí.

I: Y cuando lo haces, ¿te vinculas con visitantes que anden por ahí?

E: Sí.

I: En caso de que se diera la oportunidad, ¿recibirías turistas en tu casa?

E: Sí, es más, ya lo he hecho.

I: ¿Te sentís parte del barrio?

E: Sí.

I: ¿Y sentís el barrio como parte tuya?

E: Exacto.

I: ¿Qué es lo que más te representa del barrio?

E: La gente, los vecinos.

I: ¿Cree que los turistas provocaron algún cambio en el barrio?

E: Sí, porque exigen. Exigen servicios, controles para el consumo, más espacio, más atracciones.

I: ¿El monte Calvario representa algo para usted?

E: Sí, es un lugar religioso, un lugar de oración, de encuentro entre personas que comparten su creencia.

I: Y por último, si supieras la situación en la que se encuentra el barrio en cuanto a turismo, ¿lo volverías a elegir como lugar para vivir?

E: Sí, totalmente. A veces hay cierta invasión de turistas en semana santa, pero es totalmente entendible, porque es un lugar especial para eso, fue pensado para la religión, y hoy vienen personas de todos lados, no solamente de Argentina. En pascuas acá explota, explota todo. Y a nivel turístico, Tandil está cada vez mejor preparado.

**Entrevista nº 11:** Edad: 45. Sexo: F. Tiempo en el barrio: 45. Zona del barrio en la que vive: Chaplin y Ezeiza. Ocupación: docente.

(Después de presentar el tema de entrevista)



E: Uh acá turismo poco y nada. No vas a tener buenos resultados por acá, turistas no vemos nunca.

I: ¿Sólo los desorientados no?

E: Sí, a esta parte no llegan, salvo que se pierdan. Es bastante evidente que acá somos los mismos hace tiempo, yo veo las mismas caras hace años, no hay cambios.

I: ¿Y el Monte Calvario? ¿Lo visitas en tus ratos libres?

E: Sí, voy a hacer ejercicio a veces. Doy unas vueltas trotando y después subo las escaleras.

I: ¿Qué dirías que representa para usted el monte?

E: Mmm, no mucho te diría, un lugar de unión y encuentro para que quienes se sienten representados por la religión, no mucho más.

I: ¿Y te vinculas con turistas que anden por ahí?

E: Sí me preguntan algo, sí.

I: Y hablando del barrio, ¿te sentís parte del mismo?

E: Si, viví acá toda mi vida.

I: Entonces, ¿el barrio es parte tuya?

E: Sí, obvio. Esta parte igual, más allá no (aludiendo a las zonas cercanas a la entrada del Monte Calvario). Son realidades muy diferentes, y hacen percibir a las zonas del barrio de diferente manera, a simple vista te das cuenta de lo diferente que es todo.

I: Sí, increíble diferencia caminando 2 o 3 cuadras nomás.

E: ¿Viste? Pero sin embargo, se vive bien acá.

I: ¿Y qué dirías que te representa más del barrio?

E: La comunidad. Los vecinos somos los que le damos identidad al barrio, a cualquier barrio. Si estuviéramos todos peleados, el barrio sería una cosa, si fuéramos todos policías o hubiera una cárcel cerca, sería otra cosa. Pero por suerte, nos caracterizamos por la tranquilidad, en las casas y en las calles.

I: Última y terminamos, si conocieras la situación turística en la que se encuentra el barrio, ¿volverías a elegirlo como lugar para vivir?

E: Sí, por supuesto. Primero porque vivo acá desde que nací, y segundo porque me preguntas por la situación turística, y como te he respondido, acá no afecta en nada, así que sí.

**Entrevista nº 12:** Edad: 52. Sexo: M. Tiempo en el barrio: 30 años. Zona del barrio donde vive: Gaucho Rivero y Chaco. Ocupación: comerciante.

I: ¿Trabajó en turismo?

E: No, toda la vida comerciante.

I: ¿Cree que el turista afecta al barrio?

E: Sí, no a todo el barrio, pero afecta. Principalmente la zona de la avenida y la entrada a El Calvario.

I: ¿Visita el Monte Calvario en sus ratos libres?

E: Ya no, me lo conozco de memoria, prefiero las sierras o el dique.

I: En caso de que existiera la oportunidad, ¿recibirías turistas en tu casa?

E: probablemente no.

I: ¿Te sentís parte del barrio?

E: Sí, tantos años acá te sentís integrado sí o sí a la comunidad.

I: ¿Y consideras al barrio como parte tuya?

E: Sí, obvio. Más de la mitad de mi vida acá ya lo siento mío.

I: ¿Y qué es lo que más te representa del barrio?

E: A esta altura te diría los vecinos. Nos conocemos todos, nos llevamos bien, y es agradable vivir acá.

I: ¿El monte significa algo para usted?

E: Ni tanto, me queda a trasmano, si bien ya lo conozco, no me provoca nada.

I: Por último, si conocieras la situación en la que se encuentra el barrio en cuanto a materia turística, ¿lo volverías a elegir como lugar para vivir?

E: Por supuesto, se vive tranquilo, seguro y cómodo por acá. El turismo no afecta por estos lados, así que sí, volvería a elegir este barrio.

**Entrevista nº 13:** Edad: 30. Sexo: M. Tiempo en el Barrio: 11 años. Zona del barrio en la que vive: O'Higgins y Brandsen. Ocupación: Profesor y Carpintero.

(Posterior a presentar el tema de la entrevista)

E: Yo me vine a Tandil a los 18 a estudiar, me vine desde Lima (Perú) y siempre viví por esta zona. Y siempre tuve la sensación de que se arman grupitos, hablando de lo que vi y viví cuando empecé en la facultad, por ejemplo los de Tandil con los de Tandil y los de afuera con los de afuera. Entonces se me hace que en el turismo, debe ser parecido, y los que son optimistas con los visitantes son pocos.

I: ¿Que estudiaste?

E: Arranqué contador, pero lo hice por presión de mis padres, después re direccioné mi vida para otro lado.

I: ¿Algo vinculado con el turismo?

E: Creo que sí, trabajé en la barra de un boliche.

I: Teóricamente sí, lo ponemos como que sí entonces. Ahora hablando un poco más de lo que es el barrio, ¿visitas el monte Calvario en tus ratos libres?

E: Sí, voy de vez en cuando, no con fines religiosos, si no para caminar, subir y bajar las escaleras nomas.

I: Y cuándo vas, ¿te relacionas con visitantes que anden por ahí?

E: Rara vez, si voy con mi pareja sí, para sacarnos una foto o algo, pero si voy solo, es muy raro que no esté usando auriculares.

I: Dada la oportunidad, ¿recibirías turistas en tu casa?

E: Lo tendría que conocer bien, yo prefiero que sea alguien de confianza. No creo que reciba así de una.

I: ¿Te sentís parte del barrio?

E: Si, más que nada con las interacciones que uno tiene a diario con la gente del barrio.

I: ¿Sentís el barrio como parte tuya?

E: No tanto, porque si bien he vivido dentro del barrio, he ido rotando en las zonas en las que vivo, y viste que según la cuadra que camines, es un mundo diferente, gente con más o menos plata digamos, entonces van cambiando las que te rodean, y si bien, la mayoría vive acá hace un montón de años, ya se conocen y se identifican como vecinos, a mí me falta una vuelta de tuerca para eso.

C: Volviendo al Monte Calvario, ¿qué te representa?

E: Es muy fuerte su carga de significado vinculado a la religión, y yo no estoy muy a favor de eso ni la iglesia, pero si bien voy para hacer ejercicio o a acompañar a mi pareja o si viene algún conocido a conocer el lugar, voy no tengo problema, pero por sí solo no me representa mucho, a pesar de que reconozco la importancia que tiene el monte como punto de atracción turística y religiosa, a pesar de que, para mí, muestra el sufrimiento y el dolor con el Cristo ahí crucificado.

I: Última y terminamos, si supieras la situación en la que se encuentra inmersa el barrio en materia de turismo, ¿volverías a elegirlo como lugar para vivir?

E: Sí, por supuesto. Porque me parece que si te agobia el turismo, Tandil tiene muchas opciones para escaparte a la naturaleza, haces un par de cuadras y ya tenés las sierras para desconectarte un rato o algo, no es que no hay escapatoria del turismo y todo lo que implica.

**Entrevista nº 14:** Edad: 27. Sexo: F. Tiempo en el Barrio: 17 años. Zona del barrio en la que vive: Viamonte y Brandsen. Ocupación: Policía.

I: ¿Trabajó en turismo alguna vez en tu vida?

E: No, para nada. Fui policía toda mi vida, mi abuelo era policía, mi papá es policía, así que la tuve fácil al decidir, ja!

I: Por ahí cambiabas, podría ser ¿No?

E: No me arrepiento igual, me va bien.

I: Cambiando de tema, enfocando directamente en el turismo. ¿Crees que el turista afecta al barrio?

E: Sí, obvio.

I: ¿De qué manera?

E: Medios molestos a veces, con la fotito, con los nenes que hacen lo que quieren, desorden con los autos, la mugre que dejan.

I: Y el Monte Calvario, ¿lo visitas en tus ratos libres?

E: No tanto, prefiero ir a las sierras.

I: Supongamos que exista la oportunidad de recibir un turista en tu casa, ¿lo alojarías?

E: No creo.

I: ¿Y el barrio? ¿Te sentís parte del barrio?

E: Sí, conozco a la gran mayoría de los vecinos, juntos nos esforzamos para mantener todo esto ordenado.

I: ¿Y sentís al barrio como algo propio?

E: Sí, totalmente. Gran parte de mi vida transcurrió en este barrio.

I: ¿Y qué es lo que más te representa del barrio?

E: La plaza, ésta (Plaza San Martín). La cruzo todos los días para ir a trabajar.

I: Y el Monte, ¿representa algo para usted?

E: No, nada.

I: Por último, si conocieras la situación en la que se encuentra inmersa el barrio, ¿lo volverías a elegir como lugar para vivir?

E: Sí, totalmente.

**Entrevista nº 15:** Edad: 60. Sexo: F. Tiempo en el Barrio: 43 años. Zona del barrio en la que vive: Brandsen y Almirante Brown. Ocupación: Docente Jubilada.

I: ¿Trabajó en turismo alguna vez en su vida?

E: No, ejercí la docencia toda mi vida. La pasé muy bien.

I: ¿Cree que el turista afecta al barrio?

E: Sí, me gusta que vengan, les hacen bien a la ciudad y al barrio. Es lindo el movimiento que generan.

I: En cuanto al Monte Calvario, ¿suele visitarlo en sus ratos libres?

E: Si, vamos con unas amigas a hacer ejercicio de vez en cuando.

I: Y en sus visitas, ¿se vincula con los visitantes que allí se encuentren?

E: Si me piden una foto o recomendaciones sí.

I: ¿Y percibe la presencia de turistas en zonas que no sean las cercanas al Monte?

E: No, de este lado que estamos a 4 o 5 cuadras ni llegan.

I: ¿Usted se siente parte del barrio?

E: Si, obvio.

I: ¿Y el barrio es parte de usted?

E: Sí sí, también.

I: ¿Qué es lo que más la representa del barrio?

E: Los vecinos, la comunidad. Es muy tranquilo y nos conocemos entre todos. Nos avisamos si vemos algo raro y esas cosas.

I: ¿Y el Monte? ¿Representa algo?

E: Si, mucho. Toda mi vida practiqué el catolicismo. El monte tiene una carga muy importante relacionada a la religión. De vez en cuando lo visito para charlar un rato, me hace bien.

I: También tiene la Iglesia en la entrada al Monte. ¿No?

E: Sí, pero no está abierta siempre. Por eso cuando siento la necesidad, voy derecho al monte aunque tenga que subir escaleras.

I: Muy bien, de paso unos ejercicios (risas). Por último, si de antemano supiera la situación en cuanto a turismo en la que se encuentra el barrio, ¿lo volvería a elegir como lugar para vivir?

E: Si, totalmente. Me encanta este barrio.

**Anexo nº 3: Fotos Comparativas**











