



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

FUNDAMENTOS

En la página 27 de la edición de Ambito Financiero del pasado martes 19 de mayo se publicó un artículo de difusión institucional denominado Panorama del Chubut con el anuncio del lanzamiento de un workshop de productos turísticos. Se complementaba con una mapa simplificado que contenía las localizaciones turísticas de Río Negro generalizadas bajo la denominación de Patagonia.

En el mapa mencionado aparecían las Patagonias del Gran Valle, de Los Lagos, de las Playas, de las Mesetas, Central, de las Estepas y Austral sin mayores precisiones que identificasen a las provincias involucradas, como consecuencia de la baja legibilidad debida a las dimensiones de la tipografía empleada.

Sin embargo, la publicidad institucional que acompañaba a dicha publicación planteaba un enfoque en el cual Chubut es promovido, tanto en textos como en gráficos, como Centro de la Patagonia.

Sumado al título a toda página Panorama del Chubut, es evidente que el metalenguaje de esa página de publicidad institucional procura una identificación exclusiva de las marcas Chubut y Patagonia, soslayando a las restantes provincias que componen de la región.

Los aspectos señalados obligan a efectuar un análisis ponderado acerca de los efectos de ese planeamiento de marketing turístico de la vecina provincia.

No se trata, como podría suponerse de objeciones a la estrategia de promoción turística de Chubut, sino de la identificación de hechos concretos que obligan a reflexionar sobre los criterios seguidos en Río Negro para la promoción de su potencial turístico.

En tal sentido, es necesario enfatizar que se ha producido una evidente y lesiva pérdida de la identidad turística de esta provincia. Los indicadores son objetivos y conllevan, además manifiestas contradicciones con los más elementales principios publicitarios sobre marcas y marketing.

El respecto, el ejemplo más directo es la sustitución de una marca consagrada como Bariloche por un generalizador Patagonia de los Lagos, que no hace otra cosa que subsumir una imagen turística adquirida a lo largo de décadas en un anonimato que la perjudica.

Y en este caso específico, se hace caso omiso del centro de deportes invernales más importante del país y de América del Sud, como lo es el cerro Catedral.



## *Legislatura de la Provincia de Río Negro*

Puede señalarse también el Alto Valle de Río Negro, cuya identificación está asociada desde las primeras décadas del siglo con la producción frutícola, que ha mal merecido la intrascendente denominación de Patagonia del Gran Valle.

Cuestionamientos similares pueden realizarse respecto de la Patagonia de los Lagos, que diluye en ese contexto nada menos que el lago Nahuel Huapi o la Patagonia de las Playas, que hace caso omiso de La Lobería o, aún más grave, de Las Grutas, balneario en que se han centrado justificadas expectativas de desarrollo.

A ello se suma la cartografía y folletos, lamentablemente financiados y distribuidos con recursos rionegrinos, que enfatizaron esos criterios disolventes de la identidad turística provincial, con la consiguiente pérdida de protagonismo en el mercado de esta actividad.

No se pretende cuestionar los programas y estrategias de integración turística con otras regiones del país y aún con Chile, sino que en ese contexto no se desnaturalice la "denominación de origen", para recurrir a un concepto de uso generalizado en la vitivinicultura internacional.

Otros países, en especial algunos tan especializados como Francia y España en la actividad turística como fuente de recursos, han mantenido sus denominaciones regionales, a tal punto que la folletería, la cartografía y el material de promoción que distribuye pone énfasis en las características específicas de zonas y lugares.

Es llamativo, entonces, que en aras de una pretendida integración de los mercados turísticos regionales patagónicos se minimice la oferta rionegrina y se impulsen iniciativas que significan desechar denominaciones convertidas en marcas e impuestas a través del tiempo, como sucede con los casos mencionados del cerro Catedral, San Carlos de Bariloche, el Alto Valle o Las Grutas.

Por los aspectos señalados:

AUTOR: Rubén O. Dalto

FIRMANTES: Alfredo Omar Lassalle, Iván Lázzeri



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

**LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO  
COMUNICA**

Artículo 1°.- Al Poder Ejecutivo provincial, Secretaría de Turismo, que vería con agrado se realicen las acciones necesarias para preservar la identidad turística de la Provincia de Río Negro frente a pretendidas iniciativas de integración que la desnaturalizan en el contexto supraprovincial.

Artículo 2°.- De forma.