

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGIA

Tesina:

**ÁREAS PROTEGIDAS COMO ESPACIO SOCIAL DE
LEGITIMACION SIMBÓLICA. EL CASO DEL PARQUE
PROVINCIAL ACONCAGUA.**

María Elena Fuertes

Director de Tesina: Mg. José Luis Jofré

Fecha: 30 de marzo de 2011

*La tierra no es de todos,
nosotros somos de ella.*

Karamelo Santo.

INTRODUCCION

El presente trabajo es un análisis descriptivo acerca de las representaciones simbólicas de las Áreas Naturales Protegidas, de las formas de legitimación mediante las cuales se producen y reproducen relaciones entre agentes en el contexto de un Área Protegida en particular, y de las categorías mediante las cuales se definen esas relaciones y se objetivan esas percepciones.

Las Áreas Naturales Protegidas son porciones de territorio que hay que conservar, proteger y preservar. En una coyuntura determinada surge la necesidad de preservar alguna porción de territorio, dicha necesidad es percibida de maneras diferentes por los agentes que intervienen y que otorgan algún valor y alguna significación especial según las posiciones que estos ocupen: al ser diferente la percepción del problema es diferente la apreciación respecto a la solución.

La necesidad de conservar, proteger y preservar a estas porciones de territorio es definida mediante una lucha de intereses puestos en juego por diversos agentes intervinientes en el proceso de legitimación y formalización de la problemática. Aquellos agentes en situación de poder superior podrán imponer su punto de vista pactando con otros agentes en otras situaciones de poder. Los consiguientes procesos legitimadores que surgen, se imponen en lo simbólico, se extienden a lo jurídico, a lo normativo, se definen marcos regulatorios en estrecha relación con los intereses de los agentes que se encuentran en una situación de poder a la cual pretenden conservar o modificar. Proceso que atraviesa todas las instancias necesarias para convertirse en verdad.

El proceso de legitimación se formaliza en la ley. Por medio de la cual se crean las categorías que definirán la problemática: *interés público, patrimonio natural, áreas naturales etc.*

Como ya sabemos las leyes son dictadas por poderes del Estado y la autoridad de aplicación es potestad del Estado. *Interés público*. Las reservas naturales poseen recursos (de bien público) que son considerados valiosos por alguna razón en particular, que constituyen diversas formas de *patrimonio natural*.

El objetivo general de este trabajo es analizar los modos de legitimación simbólica de las Áreas Naturales Protegidas en general y particularmente el caso del Parque Provincial Aconcagua, para precisar las interrelaciones sociales constituidas.

Los objetivos específicos son: en primer lugar analizar las Áreas Naturales Protegidas en el marco de las relaciones sociedad-naturaleza. En segundo lugar describir al Área Natural Protegida denominada Parque Provincial Aconcagua como un objeto de doble dimensión: material y cultural. El tercer objetivo específico es analizar al Parque Provincial Aconcagua como un *espacio social* en el cual los agentes intervinientes establecen relaciones según las posiciones que ocupen en los diferentes *campos* (cultural, político, mercantil). El cuarto objetivo específico es analizar aquellas categorías que utilizan los agentes en el espacio para definir y legitimar al Parque Provincial Aconcagua.

El *Parque Provincial Aconcagua* se encuentra ubicado entre los 60° 50' Long. Oeste y 32° 39' Lat. Sur, al noroeste de la Provincia de Mendoza departamento de Las Heras en la República Argentina, a una distancia de 180km de la Ciudad de Mendoza y a 12 kilómetros del límite con la República de Chile, dentro del cual se destaca al Cerro Aconcagua que con sus 6962 metros de altura representa la cumbre más alta del continente americano. Fue declarado *Área Natural Protegida* en el año 1993 mediante la ley provincial 6045 “Régimen de áreas naturales provinciales ambientes silvestres” y según la denominación y límites dispuestos por el decreto ley 4807 del año 1983 de la Provincia de Mendoza.

Muchos intereses intervienen poderosamente en la legitimación de las reservas naturales, principalmente aquellos relacionados con la valoración de *capital económico*. El interés económico ejerce mucha influencia sobre el proceso de legitimación y legislación, dado que las reservas naturales son los principales destinos de atracción turística a nivel mundial por ello son necesarios marcos que regulen la explotación económica de esos recursos. Así un paisaje pasa a ser un producto fabricado para ser consumido, paisaje fetichizado, denominado recurso natural por la ciencia económica.

En este caso el “recurso paisaje”, destinado a un turismo selectivo, generalmente compuesto por personas dedicadas a la práctica del montañismo y con capital monetario

suficiente en virtud del alto costo de tal práctica. Se trata del Área Natural Protegida que genera mayores ingresos económicos a la Provincia de Mendoza, de ésta dependen económicamente las demás Áreas Naturales Protegidas, además es generadora de cadenas de valor al intervenir muchos sectores económicos en el proceso de producción, circulación y consumo de este “recurso natural”. Siendo una mercancía cotizada a un alto valor y con una gran demanda.

Otra característica importante del Parque Provincial Aconcagua es el simbolismo de la montaña: diversas culturas alrededor del planeta han considerado a la montaña como santuario o sitio sagrado por ejemplo el monte Olimpo hogar de los dioses, momias dejadas como tributos, etc.

De esta forma se lo puede caracterizar como un objeto en doble sentido, como un objeto material en tanto está compuesto por elementos geofísicos y biológicos empíricamente perceptibles; y como un objeto cultural ya que se trata de un entorno/ambiente construido por la sociedad, con una historia fechada y documentada y con diferentes usos dados a los largo de esa historia.

Al “Aconcagua” llegan todos años visitantes de diversos países “a alcanzar la cima”, o al menos intentarlo, aún a riesgo de la propia vida. Se trata así de un paisaje cultural, con valores simbólicos determinados y legitimados a partir de la relación que establecen los agentes que allí intervienen con el espacio físico en el que se encuentran. Nuevamente el paisaje es fetichizado, convertido en un objeto que tiene valor en si mismo, el significado de “el cerro más alto de América” será percibido y clasificado de formas diferentes por los diferentes agentes y así cosificado.

El Cerro Aconcagua impone condicionamientos de orden natural, ya que se trata de un lugar inhóspito, y no todas las personas tienen la salud o el estado físico necesario para estar allí, no obstante las modificaciones y alteraciones que éstas han ido realizando en el paisaje para poder asentarse allí de manera no estable: se han construido diferentes tipos de refugios, se han establecido sitios específicos para campamentos, previa labor de nivelaje del suelo, causando deterioro en el paisaje. Deterioro también causado por las distintas especies de basura producidas en el lugar.

Como *espacio social* el PPA es producto de una construcción cultural definido por diversas categorías que le otorgan legitimidad como objeto simbólico, las cuales son variables según las perspectivas de los agentes en el espacio.

Las categorías de legitimación simbólica son aquellas colectivamente consensuadas e incorporadas al imaginario de los agentes, y que son utilizadas en la definición simbólica que hacen del Parque Provincial Aconcagua.

Los agentes intervinientes son aquellos que encuentren en el espacio social considerado participando en él de modos diversos. En este caso se toman a aquellos agentes que, además, estén físicamente presentes en el Parque Aconcagua.

El PPA es el espacio físico sobre el cual se plasman las relaciones sociales a analizar, a diferencia del espacio social que es aquel espacio construido para el análisis sociológico del espacio físico. Como espacio social está formal y simbólicamente legitimado según acuerdos de diversos intereses, con categorías que lo legitiman formalmente en la ley y simbólicamente en el imaginario del grupo para el cual es significativo el lugar.

En el proceso de legitimación de este espacio intervienen diferentes agentes que actúan y se interrelacionan, se ubican en situaciones variables en el espacio, de alejamiento o acercamiento unos respecto a otros, según la circunstancia específica que llevó a cada agente a estar físicamente presente en el lugar y según las categorías que utilicen para definir esa circunstancia específica. Y varían así las apreciaciones respecto al lugar considerado como “recurso natural”, plausible de ser explotado turísticamente con intereses económicos específicos, o bien considerado como “reserva natural”, sustentablemente explotada con vistas a ser conservada para las generaciones futuras, o de modos mas simples o complejos de considerar a la montaña, según las categorías de percepción que surjan del hecho de estar presente físicamente en el espacio, y de la relación particular que los agentes intervinientes establecen con este espacio físico o ambiente natural.

Según la posición relativa en que se encuentren los agentes intervinientes, variará las categorías de percepción que estos utilicen respecto al simbolismo del lugar, abarcando nociones paisajísticas, culturales, económicas, etc.

Para describir a los agentes intervinientes, se los ha clasificado en tres grandes grupos: agentes estatales, agentes del sector comercial y “visitantes” ya sean turistas y/o deportistas.

Los agentes estatales son personas que trabajan para los diferentes ministerios involucrados con la reserva. La autoridad de aplicación quedó definida por ley: es responsabilidad de la Secretaria de Medioambiente, físicamente presente en el espacio a través de los guardaparques y ayudantes de guardaparques, que desempeñan las funciones

establecidas por la ley de conservar, proteger y preservar el parque y además empleados administrativos encargados de las ventas de ticket de entrada y de brindar información general.

Otro ministerio del Estado provincial interviniente en este espacio es el de Seguridad mediante el cuerpo “Patrulla de rescate” encargados de la seguridad física de las personas presentes en el espacio.

En segundo lugar se encuentra el grupo compuesto por el sector comercial, es más amplio y diverso que el resto, ya que el Parque Provincial Aconcagua desde el punto de vista económico es un gran generador de ingresos y de cadenas de valor que abarcan los rubros de gastronomía, hotelería, indumentaria, transportes, choferes, paquetes turísticos, guías, porteadores, arrieros, servicios de salud, seguridad y comercio en general de todo tipo de bienes.

Dentro de este grupo están físicamente presentes: los guías, cuya función es dirigir la expedición de quienes los contratan, sugiriendo rutas, horarios, dietas y todo lo que crea conveniente para sus clientes; los porteadores encargados de llevar la carga de las personas que los contratan; los arrieros que transportan cargas mayores utilizando mulas (este servicio es sólo hasta un determinado campamento); también los denominados campamenteros que se encargan de brindar servicios varios, por ejemplo de cocina, en los campamentos.

También tenemos los agentes que prestan servicios de salud compuesto por médicos y enfermeros, a diferencia de los anteriores este servicio es contratado por el estado y no por los turistas. Un caso particular lo constituye el servicio de helicóptero, ya que pueden contratarlo turistas o en algunos casos el Estado.

En tercer lugar nos encontramos con el grupo de agentes compuesto por visitantes (turistas y/o deportistas) a los cuales es plausible dividirlo a su vez en dos subgrupos: el de los argentinos y el de los extranjeros. Según estadísticas de la secretaria de medio ambiente el primer subgrupo (turistas argentinos) ingresan en su mayoría para realizar trekking, mientras que los extranjeros ingresan principalmente para ascenso.

La metodología utilizada para este análisis está basada en métodos cualitativos. Utilizando técnicas de análisis bibliográfico de fuentes secundarias, (publicaciones de revistas, libros, páginas de Internet), como publicaciones realizadas por las diferentes reparticiones del Estado provincial que intervienen en la regulación y uso del Parque

Provincial Aconcagua (Secretaría de Medioambiente, Subsecretaría de Turismo, Policía de Mendoza) y estadísticas oficiales. Además de datos referidos al tema publicados por otros agentes sociales no oficiales (turistas, montañistas, empresarios) a lo cual se le agrega el análisis de leyes vigentes. De estas fuentes se obtuvieron los datos referidos a las características y reglamentaciones de las Áreas Naturales Protegidas en general y del Parque Provincial Aconcagua en particular y de los elementos que componen su doble objetividad.

Esta técnica ha sido complementado con entrevistas en profundidad realizadas a personas que han estado presentes en el Parque Provincial Aconcagua durante la última temporada 2009-2010 , ya sea trabajando o cómo visitantes.

Cada actividad que realizan los agentes los ubica en posiciones variables en el espacio social. Según la posición que ocupen los agentes utilizan ciertas categorías para definir simbólicamente al parque. Las categorías utilizadas emergen de las entrevistas realizadas.

Las categorías emergentes brindan datos respecto al punto de vista que tengan los agentes del PPA y como éstos se relacionan en el espacio.

A su vez dichas categorías colocan a los agentes en posiciones variables en el espacio social, de acercamiento o alejamiento según la definición simbólica que realicen del Parque Aconcagua.

Para finalizar, el análisis es complementado con observaciones obtenidas durante el trabajo de campo en el lugar (noviembre de 2010).

Para describir las interrelaciones que se constituyen en el espacio social y analizar las categorías que legitiman simbólicamente al PPA, el trabajo se desarrollará en cuatro capítulos:

En el primer capítulo serán analizadas las Áreas Naturales Protegidas a la luz de las relaciones entre sociedad-naturaleza. Se hará una descripción de las concepciones sobre la naturaleza, los usos sociales y económicos de la naturaleza; y de las categorías las constituyen, los procesos económicos y políticos que intervienen y los marcos legales en los cuales se formaliza la legitimación. Por último se introducirá la noción de “*espacio social*” para describir las relaciones que se desarrollan en el recorte que representan las Áreas Naturales Protegidas.

En el segundo capítulo se hará una descripción del caso constituido por el Parque Provincial Aconcagua el cual será analizado como un objeto de doble dimensión: material y cultural.

Las redes de relaciones que se establecen en torno al Parque Provincial Aconcagua serán analizadas mediante la noción de espacio social en el tercer capítulo, describiendo los campos configurados y los ámbitos de relación social que surgen. Finalmente se analizarán las posiciones de los agentes en el espacio y sus relaciones.

Para finalizar, en el cuarto capítulo el PPA será analizado como un espacio social de legitimación simbólica, describiendo aquellas categorías que definen el Parque Provincial Aconcagua y aquellas que lo legitiman. Prestando especial atención a los usos del lenguaje y de las categorías en las relaciones sociales, siendo éste un instrumento de cohesión, de dominación y de comunicación.

Capítulo 1 La legitimación de las “Áreas Naturales Protegidas” (ANP).

Las Áreas Naturales Protegidas (ANP) son definidas en cuanto tales a través de la acción, para lo cual hay todo un sistema legitimado y formalizado que se expresa en diversos espacios sociales de maneras diferentes.

Se trata de porciones de territorios seleccionados por agentes sociales para su protección, conservación y preservación. Dicha selección se realiza tomando en cuenta características particulares del territorio como: “...*biodiversidad; importancia ecológica por el valor, singularidad o rareza de sus elementos naturales; valor paisajístico destacado; sistemas naturales sustentadores de vida que presten servicios ambientales al propio ecosistema o al hombre; patrimonio natural y cultural representativo del pasado y presente de una determinada región y representen parte de la identidad de su población; recursos naturales estratégicos para el desarrollo social y económico de una región...*”¹.

Tal reglamentación deviene de muchos criterios ¿Por qué es necesario conservar, proteger y preservar un área y no otra?

Para definir y delimitar un ANP ha existido previamente una problemática referente a algún modo de relación entre sociedad-naturaleza. Varias interpretaciones de esa problemática por agentes involucrados en el estudio de la naturaleza y/o de la sociedad, una lucha de intereses entre esos agentes para destacar determinada interpretación y una posterior legitimación de la problemática. Los consiguientes procesos legitimadores que surgen, se imponen en lo simbólico, se formalizan extendiéndose a lo jurídico, a lo normativo, donde se definen marcos regulatorios para la conservación, preservación y protección de las ANP.

¹ SORIA Federico, Áreas naturales protegidas, pag.4.

En la lucha por la legitimación de la problemática los agentes intervinientes ponen en juego diversos intereses, que incluyen diversas consideraciones -desde ambientalistas hasta economicistas- para pactar las formas en que se desarrollarán las relaciones entre la sociedad y las porciones de territorio seleccionadas.

Estas relaciones están abarcadas en relaciones más amplias de sociedad y naturaleza, que incluyen los modos en que una sociedad concreta utiliza los elementos de la naturaleza y de qué manera los emplea para satisfacer sus necesidades.

1.1-Relaciones sociedad-naturaleza.

Los elementos de la naturaleza constituyen la base material sobre la cual surgen las sociedades, incluyendo al suelo que sirve de sustento, a la atmósfera y el agua que hacen posible la vida en el planeta, a las formaciones sociales que se agrupan y organizan en el ambiente para construir su hábitat y generar procesos productivos y reproductivos.

La naturaleza constituye de esta manera un elemento ineludible de la realidad social. Los modos en que se desarrollan las relaciones entre sociedad y naturaleza dependen de los modos en que ésta última es valorada y percibida por la cultura, cómo son transmitidas esas valoraciones y percepciones, cómo van cambiando en el paso del tiempo conforme surjan nuevas necesidades y nuevas formas de organización para la satisfacción de esas necesidades y consiguientemente nuevas maneras de articulación con los elementos de la naturaleza.

Guido Galaffasi señala que es posible distinguir dos facetas o formas de aprehensión de lo natural en la articulación sociedad-naturaleza². La primera se refiere a los aspectos materiales, la apropiación de los elementos del ambiente y su posterior transformación y consumo:

“Las distintas fases de desarrollo de una sociedad implica diferentes formas de dominio y control material de los elementos naturales. El grado y carácter de este control dependerá de múltiples factores, desde variables ambientales, hechos económicos hasta conjunciones de neto carácter ideológico. En esta última manifestación de lo social es donde se inscribe la segunda forma de articulación, se trata de condiciones y características que adquiere la valoración estético-afectiva del medio natural. Las formas

² GALAFASSI Guido, La articulación sociedad-naturaleza y la problemática ambiental: una aproximación a su análisis, pag. 6.

de representación simbólica de la naturaleza adquieren aspectos singulares en cada sistema cultural”³.

Para analizar cómo se articulan las relaciones sociedad-naturaleza incluiremos una síntesis acerca de concepciones y usos que la sociedad hace de la naturaleza.

1.1.1- Concepciones sobre la naturaleza:

Las diversas formas de percibir y definir la naturaleza, fruto de la cultura vigente en un tiempo y un espacio determinado, se manifiestan en concepciones acerca de la naturaleza. Dichas concepciones son variables en la historia de acuerdo a las formas en que los seres humanos -organizados en sociedad- se vinculan con el entorno en el que se encuentran, construyen su ambiente, satisfacen sus necesidades y simbolizan estos comportamientos manifestados en una cultura.

La categoría naturaleza es una creación social⁴, ya que las sociedades la definen, se vinculan con ella y se determina socialmente qué se considera naturaleza y qué no: definición estrechamente relacionada con los modos de producción vigentes.

En América Latina las concepciones utilizadas son una herencia de las visiones europeas. “...*Por un lado, los europeos que llegaron a América Latina impusieron sus concepciones de la naturaleza sobre las culturas originarias. Por otro lado, desde la colonia, los principales políticos, empresarios e intelectuales de la región se nutrían educativa e informativamente de las posturas europeas*”⁵. Estas visiones, que se inician con el Renacimiento, suponían una simbolización geométrica o matemática de la naturaleza, a la cual se manipula y apropia como condición y necesidad para cumplir la meta del progreso perpetuo.

En esta etapa la naturaleza era concebida como una “canasta de recursos” considerados ilimitados, y la vinculación se basó en una apropiación de estos recursos mediante una economía extractiva. Mientras que para las culturas originarias de esta región la sociedad era un elemento más de la naturaleza, y otros elementos eran representados como deidades (Inti, Pachamama, etc.), visiones que hoy intentan recuperar algunos grupos ambientalistas.

Los significados a los elementos ambientales surgen de la necesidad de interpretar y actuar en el mundo, la estructuración simbólica de la realidad es construida socialmente y

³ Ibidem, pag.6.

⁴ GUDYNAS Eduardo, Concepciones de la naturaleza y desarrollo en América Latina, pag.118.

⁵ Ibidem., pag.102.

está mediada por la adjudicación de significados a través del lenguaje, de esta forma se puede reconocer en cada elemento ambiental “...su condición de *significante*, a los cuales se le puede adjudicar uno o más significados”⁶.

Actualmente, en nuestras sociedades, las concepciones hegemónicas acerca de la naturaleza hacen referencia a ésta como compuesta de todos aquellos elementos que no tienen intervención antrópica, quedando excluidas todas las relaciones societales. Situación que se manifiesta en la fragmentación del saber en las ciencias naturales por un lado, y ciencias sociales por el otro.

Sin embargo, a la hora de analizar las vinculaciones socio-ambientales, se puede observar que los modos de organización social influyen sobre el ambiente y los elementos considerados “naturales”, los cuales a su vez influyen en los modos en que las sociedades se han de organizar.

1.1.2- Usos sociales de la naturaleza:

Los usos que las sociedades hagan del ambiente y de los elementos que los componen dependen de la cultura que las engloba que es donde se legitiman los modos en que se desarrollaran estas vinculaciones.

Podemos hablar de usos sociales de naturaleza, partiendo de las concepciones que las sociedades hacen de la naturaleza las cuales hacen referencia modos de vinculación de las formaciones sociales con los elementos del mundo natural.

Estos modos de vinculación socio-ambientales tienen una larga historia. Los seres humanos, al igual que otros elementos, son fruto de un lento proceso evolutivo en el cual debían conocer los elementos del entorno para sobrevivir, reconociendo los alimentos, los depredadores, los refugios, los ciclos climáticos etc. La sobrevivencia obligaba además a vivir en comunidad y compartir los conocimientos, de esta manera la cultura se ha insertado en un proceso evolutivo que tiene raíz biológica. Los significados simbólicos que las sociedades les otorgan a los diferentes elementos del ambiente que los rodea han emergido de esa complementación entre lo biológico y lo cultural, aprovechar los recursos que el ambiente brinda y mantener una vida de relación⁷.

⁶ GUDYNAS Eduardo y EVIA Graciela, La praxis por la vida. Introducción a las metodologías de la ecología social., pag. 70.

⁷ Ibidem, pag 24.

La palabra “cultura” proviene de cultivo o crianza, históricamente hacía referencia al crecimiento y la marcha de las cosechas.

Los procesos sociales no están al margen de los procesos naturales, ni a la inversa, sino que ambos constituyen una misma realidad, un todo sistemáticamente organizado que hace que cualquier alteración en un elemento cause alteraciones en los otros.

Las formaciones sociales durante la historia han ido modificando el medio ambiente, pero también adaptándose a las condiciones que éste impone. Incluye una definición de ambiente como la resultante de interacciones entre sistemas ecológicos y socioeconómicos susceptibles de provocar efectos sobre los seres vivientes, el paisaje natural y las prácticas sociales⁸.

Esta relación sociedad-paisaje natural, no es de igualdad. La acción antrópica interviene dominando sobre cada elemento que exista en el medio ambiente, explotando productivamente algunos y destruyendo aquellos que, desde el punto de vista de la racionalidad simbólica dominante, sean considerados inútiles. Desde que comenzó la agricultura hace miles de años, los seres humanos han venido dejando su impronta en la naturaleza, los asentamientos humanos, el uso del fuego, el uso de técnicas agrícolas, etc., hizo que el paisaje se fuera alterando. La relación entre la sociedad y el medio ambiente natural fue mutando según las reglas impuestas por las propias sociedades en su afán de dominar, ya que no son los individuos humanos quienes usan la naturaleza como un objeto de dominación sino las sociedades que los agrupan y por las decisiones de quienes ocupan posiciones de poder.

Cada modo de producción, incluye un modo de organización de las sociedades. La idea de separarlo social de lo natural fue un paso previo a los procesos de dominación y conquista de la naturaleza⁹.

Estas relaciones de dominación se hacen evidentes en el proceso de producción, donde las sociedades “...por medio de determinadas relaciones se organizan para apropiarse y transformar porciones de naturaleza. La producción implica el trabajo humano para generar productos que satisfagan las necesidades económicas, individuales y colectivas...”¹⁰. Siendo el trabajo el nexo material en donde se reúnen y sintetizan el accionar social con el funcionamiento de la naturaleza, reconociendo a esta como el medio

⁸ BRAILOVSKI Elio y FOGUELMAN Dina, Memoria Verde. Historia ecológica de la Argentina, pag. 18.

⁹ ALEDO Antonio y DOMINGUEZ Andrés, Arqueología de la sociología ambiental, pag.3.

¹⁰ GALAFASSI Guido op.cit., pag.7

sobre el cual se actúa, los elementos de la naturaleza –considerados recursos- son apropiados y transformados y, a partir de las cualidades naturales que éstos aportan, son explotados generando las características esenciales que permitirán la satisfacción de las necesidades sociales.

“...Esta apropiación y transformación de materia necesita la incorporación de instrumentos, herramientas y técnicas de trabajo. Estos mediadores directos permiten efectivizar el trabajo humano, y generar un producto acabado (para el ciclo en cuestión). La intervención sobre la naturaleza requiere de estos medios técnicos que potencian el desgaste de energía por parte del hombre. La aplicación de conocimientos logra independizar al grupo social de las determinaciones del medio natural. La aplicación más o menos intensiva de medios técnicos implica, a su vez, una determinada organización del trabajo y un grado variable de modificación del ecosistema natural...”¹¹

La dominación sobre la naturaleza se intensificó con la era del modo de producción capitalista. A partir de la revolución industrial, el interés desmedido por el lucro y la ganancia, encontró eficaces herramientas en la tecnología aplicada a la producción fabril y los medios de comunicación. En su etapa actual, la producción está basada en la maximización de ganancias de las empresas, fabricando nuevas necesidades y nuevos productos para satisfacer esas necesidades, intensificándose el consumo y la obsolescencia de los objetos, al punto que muchos autores describen a las sociedades actuales como “sociedades del desperdicio” (siendo en realidad la basura el objeto que más se produce). Son numerosas e importantes las alteraciones sobre el medio ambiente efectuadas por la acción antrópica durante la era del capitalismo, destrucción de biomas, alteración de equilibrios ecológicos, contaminación del planeta, etc.

Ante la degradación sufrida por muchos ecosistemas a causa de la acción antropica, durante una coyuntura determinada surgen voces reclamando por la protección del medio ambiente, que se hicieron oír los ámbitos científicos, políticos y de la vida cotidiana, que desde la década de 1960 fueron organizándose en grupos ecologistas, ambientalistas, partidos verdes etc.

1.1.3- Usos económicos de la naturaleza:

¹¹ Ibidem, pag. 13.

A medida que fue avanzando la dominación y el control sobre la naturaleza se fue imponiendo una visión utilitarista. “...*Los elementos de la naturaleza se los observa como “recursos”, desvinculados unos de otros. El énfasis apuntaba a la eficiencia y productividad en cómo extraer esos recursos y en cómo se los aprovecha en las estrategias de desarrollo...*”¹².

La racionalidad económica se expande manteniendo el mismo propósito de instrumentalización y manipulación. La naturaleza es percibida y valorada en lo que resulta útil, es decir según los valores de uso y de cambio asignados por la sociedad, siendo muchas veces contabilizada en dinero y por lo tanto “*la protección del ambiente en realidad sería una forma de inversión...*”¹³. Esta postura ubica a la naturaleza dentro del mercado considerándola como una forma de capital.

El modo de utilización que se haga de los recursos de la naturaleza, renovables o no renovables, van a depender de un cierto tipo de racionalidad económica y de la política de utilización de esos recursos.

1.2-Categorías de legitimación:

En este apartado se dará un vistazo a aquellas categorías que legitiman la selección de determinadas porciones de territorio como ANP.

Entre las estrategias de conservación del ambiente y sus recursos se destaca la demarcación de áreas naturales protegidas. En ellas se procura la protección de los ambientes naturales en su estado original, impidiendo los impactos que las prácticas sociales puedan provocar.

Desde el punto de vista conservacionista es necesario proteger aquellos ciertos paisajes naturales con determinadas características que incluyen elementos denominados “recursos naturales” (especies en vías de extinción, bosques y selvas vírgenes, cabeceras de cuenca, etc.) conservándolos para el uso y disfrute de las generaciones futuras¹⁴. Así surgen normativas respecto a la conservación, que van desde la legitimación simbólica, hasta la legislación que incluye marcos que regulen los usos que se le den al lugar, en un proceso dialéctico en el que intervienen intereses que emergen de otras prácticas sociales.

¹² GUDYNAS Eduardo, op.cit. , pag.104

¹³ Ibidem, pag 107

¹⁴ PARDO Mercedes Sociología y medioambiente: estado de la cuestión., pag.: 329-367.

Las ANP son definidas como tales a través de la acción, la selección de aquellas porciones de territorio es definida mediante una lucha de intereses puestos en juego por diversos agentes intervinientes en el proceso de legitimación y formalización de la problemática. De esta manera se destaca el concepto de “Anisotropía ambiental” que define la propiedad de un sistema ambiental de ser relativo para quién lo perciba, desde dónde y cuándo¹⁵.

En la legitimación de un ANP son tenidas en cuenta consideraciones de orden naturalista, con definiciones propias de las ciencias naturales donde se enumeran aquellos elementos valorados que deben ser conservados y por qué.

También consideraciones económicas en las cuales los elementos naturales enumerados son definidos como “recursos” e implica un uso instrumentalista de la naturaleza. Los “recursos naturales” se los clasifican en renovables y no renovables, dentro del listado de recursos nos encontramos con los “recursos paisaje¹⁶” destinados a los usos turísticos y recreativos, teniendo en cuenta también las restricciones al uso que imponen la conservación de la integralidad ecológica de las ANP. Hay que destacar que a nivel mundial las “Áreas Protegidas” o “Reservas naturales” son el principal foco de interés y atractivo turístico.

Para regular el uso público que se le pueda dar a un ANP entran en vigencia las consideraciones de tipo políticas jurídicas, donde las categorías son legitimadas formalmente y se desarrollan en el marco de determinados procesos políticos.

La delimitación de un ANP es considerada como la máxima evolución en materia de protección jurídico ambiental, siendo “...estas unidades territoriales, en sus distintas categorías de conservación, herramientas dinámicas para la gestión y administración responsables de los recursos que la integran constituyendo unidades estratégicas generadoras de beneficios sociales y patrimoniales que deben ser reconocidos y puestos en valor por los gobiernos de los países o provincias involucradas.”¹⁷

La República Argentina adhirió, a través de la Ley Nacional 24.375, a la Convención Internacional de la Biodiversidad, que establece que cada país debe contar con un sistema de áreas naturales protegidas asegurando la conservación de su biodiversidad. En el año 1997 se asumió formalmente el compromiso de proteger al menos el 10% de cada eco-

¹⁵ GUDYNAS Eduardo y EVIA Graciela, op.cit., pag. 72

¹⁶ NATENZON Claudia, SOUTO Patricia y ots., Canje de deuda externa por naturaleza, pag.93-104

¹⁷ SORIA Federico, op.cit., pag.4.

región del país, ante el WWF (World Wide Fund - Fondo Mundial para la Naturaleza) y la UICN (International Union of Nature Conservation – Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza), ratificados por la ley nacional 25.675 y su normativa reglamentaria.

El primer sistema provincial de ANP en establecerse y gestionarse fue el de la Provincia de Mendoza el cual “...*En el ámbito biológico están representadas todas las ecorregiones de la provincia, habiendo también algunos ecosistemas particulares y monumentos naturales. En el aspecto operativo, están casi todas las áreas gestionadas, contando con reglamentos de uso, planes operativos y cartas de situación, elaborados en forma anual por los propios guardaparques y el personal técnico de la Dirección de Recursos Naturales Renovables. En el aspecto legal, la provincia posee una ley marco que se inscribe dentro de los parámetros internacionales y que está a consideración de las otras provincias para ser tomada como indicador mínimo de conservación en el marco del Sistema Federal de Áreas Naturales Protegidas (conformado por los sistemas de las 24 provincias más los parques nacionales)*¹⁸.”

1.3-Las ANP como espacio social.

Para el análisis sociológico de las ANP se introduce la noción de *espacio social*, como una manera de representar la lógica relacional que constituye este universo social.

Esta representación en forma de espacio de varias dimensiones, está construida sobre la base de principios de diferenciación o de distribución constituidos por el conjunto de *propiedades actuantes* en el universo social en cuestión las cuales son las diferentes *especies de capital* vigentes en los diferentes campos. El *capital* puede existir en estado *objetivado* bajo la forma de propiedades materiales, o en *estado incorporado* (*capital cultural*) que puede estar garantizado jurídicamente y representa un poder respecto de un campo en un momento dado.¹⁹

La posición de un agente determinado en el espacio social puede definirse por la posición ocupada en los diferentes *campos*. Los agentes y grupos de agentes se definen por las posiciones relativas que ocupan en el espacio según el *volumen* y la *estructura* del *capital*, en sus diferentes especies, del cual sean portadores. Las diferentes especies de

¹⁸ Ibidem, pag. 6.

¹⁹ BOURDIEU Pierre, Sociología y cultura., pag.281-282

capital son: el *capital económico* compuesto por aquellos elementos que hacen referencia al mercado de bienes y servicios, el *capital cultural y el social*, y el *capital simbólico* que es “... la forma percibida y reconocida como legítima de estas diferentes especies de capital.”²⁰

Los campos que constituyen el espacio social de las ANP son: en primer lugar el campo político-jurídico, donde se definen las categorías que legitimarán formalmente las ANP y las formas en que se regularán su uso social. En este campo se encuentran los agentes funcionarios de los distintos poderes del Estado (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) y los empleados públicos de diversas jerarquías que tienen las funciones de aplicar las disposiciones sancionadas por los funcionarios. Los agentes aquí intervinientes son portadores de capital cultural, social y capital simbólico.

En segundo lugar el campo mercantil, el cual es más amplio que el anterior, abarcando todas las actividades relacionadas con el movimiento de capital económico y particularmente los movimientos de dinero. Los agentes presentes en el campo anterior intervienen aquí a través del mercado de trabajo, ya que siendo funcionarios o empleados públicos, sus roles y funciones son realizadas a cambio de un salario. En este campo se encuentran además aquellos agentes que se dedican a la oferta de bienes y servicios turísticos y, siendo las ANP un “recurso paisaje”, aquellos que demanden estos bienes y servicios.

En tercer lugar está el campo cultural, aún más amplio que el segundo, que incluye agentes que realizan prácticas educativas (investigación científica, divulgación, información etc.), de esparcimiento, ocio, disfrute, deporte, religión, militancia ambientalista etc. Los capitales vigentes en este campo son el capital cultural y social y el capital simbólico.

Dentro de cada campo es posible encontrar diversos subcampos y los mismos agentes pueden encontrarse en posiciones variables en cualquiera de los campos o subcampos. Este análisis general excede los objetivos de este trabajo, por eso de ahora en más nos centraremos en el caso de Parque Provincial Aconcagua.

²⁰Ibidem, pag. 283

Capítulo 2 El caso de Parque Provincial Aconcagua (PPA)

El Parque Provincial Aconcagua (en adelante PPA) será el objeto de análisis del presente capítulo. Como tal representa una problemática en lo referente a las relaciones entre sociedad-naturaleza, puesto que dependiendo del modo en que se dan estas relaciones en la historia -pasada y presente- es como se legitiman en lo simbólico las categorías que lo definirán como “área natural protegida”, siendo esta denominación fruto de una construcción cultural en la cual se determinan las apreciaciones referentes al lugar que lo hacen susceptible de ser protegido.

Teniendo en cuenta que *“la naturaleza es aprehendida de acuerdo a formas materiales e ideológicas, concepciones particulares que son generadas por el devenir de la sociedad. El ambiente/entorno es construido socialmente y se genera como resultado de la articulación sociedad-naturaleza”*²¹, es que se analizarán los diversos modos en que el ambiente-entorno que representa el PPA es construido y legitimado según los intereses puestos en juego en el lugar.

Históricamente se encuentran muestras de la importancia que reviste para las diferentes culturas que han transitado por el lugar, desde rastros del imperio Inca hasta montañistas de diversos países del mundo que han dejado su impronta, cada cual destacando en lo simbólico valores diversos del Cerro Aconcagua y legitimándolos según cada caso.

Es importante destacar la relevancia del Cerro Aconcagua dentro del parque, ya que siendo la montaña más alta del continente es el principal atractivo para la explotación turística del lugar y el principal atractivo turístico de la provincia, siendo además la que le da el nombre a la reserva.

²¹ GALAFASSI Guido, op.cit., pag.6.

Desde el punto de vista económico, diferentes procesos han configurado las formas de explotación turística del PPA. Fue en el año 1983, por medio de la ley 4.807 y el decreto reglamentario 2160 de la Provincia de Mendoza, cuando se le otorga la denominación de Parque Provincial. Durante la década de los noventa, dentro de los procesos de reconversión productiva operados en Argentina y en la Provincia de Mendoza, según el modelo neoliberal imperante que imponía requisitos de autenticidad y singularidad como exigencias para la competitividad en el mercado mundial, se le da impulso a la promoción de la actividad turística (entre otras cosas), proceso este, que responde a una estrategia orientada a encontrar nichos para la inserción de la economía de la provincia en mercados ampliados. Más tarde, luego de la crisis económica y la posterior devaluación a principios del 2000, Mendoza comenzó a posicionarse como destino turístico nacional e internacional, facilitado por un tipo de cambio favorable a los extranjeros. Las políticas de gobierno al respecto se apoyaron en el patrimonio natural de la provincia, con una fuerte valoración de diversas formas objetivadas de la cultura mendocina, dentro de las cuales se destaca al cerro Aconcagua como *geosímbolo*²².

De esta forma adquiere relevancia en lo económico el PPA como “recurso natural” que entra en circulación en el mercado a modo de “recurso turístico”, legitimado previamente por sus características geográficas singulares que sirven de atractivo.

El hecho de que el PPA sea considerado un recurso deriva en la problemática de los usos y nominaciones que la sociedad hace del entorno natural. El término “recurso” deviene de una perspectiva instrumental y manipuladora de la naturaleza, la cual es percibida y valorada en lo que resulta útil, es decir en los valores de uso y de cambio asignados por las sociedades. Esta concepción instrumentalista de la naturaleza es muy difundida en América Latina, por ejemplo la CEPAL (1991) en su “transformación productiva con equidad” impulsa concepciones de crecimiento económico que deben servir al “desarrollo sustentable”, entendido como un equilibrio entre formas de capital, entre ellos el capital natural²³.

²²MONTAÑA Elma, Las disputas territoriales de una sociedad hidráulica. Conflictos en torno al agua en Mendoza Argentina, pag. 8.

²³GUDYNAS Eduardo, op.cit., pag. 107.

“Reserva natural” es otra denominación que hace referencia a las ANP, dentro de la perspectiva del *desarrollo sustentable* se reserva este lugar para el uso y disfrute de las generaciones futuras. En la clasificación de las áreas naturales (Ley provincial 6045/93) hay distintos tipos de *reservas* en los que se enuncian los elementos naturales que incluyen cada categoría. La valoración de esos elementos tiene una impronta cultural, la cual es modelada según las relaciones de poder vigentes que determinan qué elementos de la naturaleza es necesario reservar y qué elementos no.

Actualmente el “recurso” considerado más valioso en el Planeta es el agua dulce. Se trata de un elemento muy importante al momento de discernir las áreas naturales que son necesarias “reservar”, y en el caso del PPA cuenta con importantes glaciares que abastecen de agua dulce a los principales caudales del oasis norte de la Provincia de Mendoza.

De esta manera el PPA representa una construcción social definida a partir de relaciones culturales en las que intervienen consideraciones económicas, estéticas, religiosas, históricas, jurídicas y decisiones políticas que son legitimadas simbólicamente como una porción de territorio que es necesario “*proteger*”, “*preservar*” y “*conservar*”.

Para describir el modo en que se objetivan dichas relaciones el PPA será representado como un *espacio social*, noción tomada de Bourdieu dónde el universo social es analizado como un espacio de posiciones sociales, las cuales están unidas por relaciones de homología a un conjunto de actividades –en nuestro caso la práctica de deportes de montaña, la oferta de servicios turísticos, conservación de los glaciares (entre otros elementos naturales), la apreciación y el disfrute del medioambiente, etc.- o bienes caracterizados relacionalmente.²⁴ La noción de espacio “... *contiene, por sí misma, el principio de una aprehensión relacional del mundo social: afirma en efecto que toda realidad que designa reside en la exterioridad mutua de los elementos que la componen. Los seres aparentes, directamente visibles, trátense de individuos o grupos, existen y subsisten en y por la diferencia, es decir en tanto que ocupan posiciones relativas en un espacio de relaciones que, aunque invisible y siempre difícil de manifestar empíricamente, es la realidad más real [...] y el principio real de los comportamientos de los individuos y de los grupos*”.²⁵

²⁴ BOURDIEU PIERRE *Razones Practicas. Sobre una teoría de la acción.*, pag. 15.

²⁵ *Ibidem*, pag.47

Esta noción de espacio social y las relaciones entre los elementos que lo componen será desarrollada en el capítulo 3.

2.1- La doble objetividad del PPA.

La relación entre sociedad y naturaleza supone instancias y elementos de diferente orden que se conjugan en un tiempo y espacio particular, tanto lo social como lo natural tienen características estructurales propias que son necesarias distinguir para después poder analizar las instancias y las maneras en que se articulan.²⁶

El análisis sobre la construcción y legitimación del PPA como “Área Natural Protegida” implica por lo tanto consideraciones de dos tipos, ya que representa un objeto de dos dimensiones: por un lado es un objeto material, empírico, compuesto de elementos físicos, biológicos y geomorfológicos; y por otro lado es un objeto cultural, un paisaje percibido y utilizado de modos diversos por diversas culturas.

2.1.1- El PPA como objeto material.

Se encuentra ubicado entre los 60° 50' Long. Oeste y 32° 39' Lat. Sur, al noroeste de la Provincia de Mendoza, departamento de Las Heras, se encuentra a una distancia de 180km de la Ciudad de Mendoza y a 12 kilómetros del límite con la República de Chile. Cuenta con cumbres que superan los 5000m elevándose de forma imponente hacia el cielo abierto, hasta alcanzar su máxima expresión en la cumbre Norte del Cerro Aconcagua (6962m), siendo la montaña más alta del Hemisferio Occidental.

Fue declarado Parque Provincial como “zona de reserva total para la preservación de la flora, fauna y material arqueológico” en el año 1983 según el decreto-ley 4.807 de la Provincia de Mendoza. En el mismo se determinan los límites físicos que le otorgan una superficie cercana a las 71.000 hectáreas.

Nota: Ley Provincial 6045 Régimen áreas naturales provinciales. Ambientes silvestres. Capítulo II Art. 6° Para la interpretación y aplicación de lo establecido en esta ley entiéndase por: A) CONSERVACION: la sabia administración y uso de los ambientes silvestres, recursos naturales y fuentes productivas sobre bases científicas y técnicas dirigidas a lograr su estabilidad, permanencia, productividad y rendimiento sostenido, a través de su estricta protección, manejo preservacionista y diversas modalidades de aprovechamiento. B) PROTECCION: el amparo de cualquier unidad natural frente a modificaciones antropogéneas, dejándola liberada a su evolución natural e interviniendo en esta sólo en caso que fuere necesario para evitar la destrucción o alteración irreversible de aquellas consideradas irremplazables. C) PRESERVACION: el mantenimiento del estado actual de cualquier unidad natural perpetuando la etapa en que se encuentra a través de un manejo por el hombre que adopte las medidas pertinentes para ese propósito.

²⁶ GALAFASSI, Guido op.cit., pag.5

Como objeto material el PPA está conformado por elementos geofísicos y biológicos diversos que constituyen el paisaje entre los cuales se destacan aspectos geológicos; geomorfológicos; hidrológicos y biodiversidad.

Uno de los principales objetivos de conservación lo constituyen los recursos hídricos, siendo los glaciares reservas de agua dulce permanentes y aportando un caudal de base constante al sistema hidrológico del Río Mendoza. En la zona del Aconcagua se destacan los glaciares Horcones Inferior, Horcones Superior, de Los Polacos o Los Relinchos, el de las Vacas y el Güssfeldt. En el pasado se desarrollaron una serie de importantes lenguas glaciarias; en la zona de Confluencia convergían enormes masas de hielo de kilómetros de longitud procedentes de las quebradas de Horcones Inferior y del Tolosa. Los principales ríos son el Horcones y el río Vacas. Y también se encuentran diversos arroyos como el Durazno, Tolosa, entre otros.

Es importante destacar que la región del Aconcagua forma parte de la Cuenca Alta del Río Mendoza, la cual abastece de agua para riego y consumo humano a gran parte de la población de la provincia (oasis norte).

El PPA se encuentra dentro de la ecorregión altoandina, tratándose de un ecosistema de extrema elevación, bajas precipitaciones (400-600 mm anuales) y vientos de hasta 200 km/h., condiciones que generan un clima riguroso, y condicionada por este, la biodiversidad es baja en comparación con otros ambientes.

Sin embargo, habitan allí especies animales y vegetales que han demostrando adaptaciones a la vida de altura y concentrándose hacia las partes más bajas del parque; donde predominan los pastizales abiertos como de huecú y coirones y los matorrales subarbustivos como la yareta, el cuerno de cabra y la leña amarilla. Estas plantas tienen un aspecto achaparrado y de matas en cojín. También encontramos hierbas perennes, algunas a grandes altitudes, hasta casi los 4300m como la cola de quirquincho y la escarapela, las cuales buscan refugio en las rocas contra el viento y el frío.

En el ecosistema de vegas y mallines, crece vegetación con mayor requerimiento de humedad ubicada en los cursos de agua y en las zonas de vertientes, destacándose los juncos, las ciperáceas y algunas especies de pastos.

Entre los animales se observan pequeñas manadas de guanacos, zorros colorados, puma, chinchillón, ratones de montaña y la exótica liebre de castilla. También se encuentran anfibios como el sapo andino y reptiles como el lagarto cola espinuda. Algunas de las aves

que se pueden observar son el cóndor, el matamico andino, el comesebo, la caminera y chingolo. Las vegas y arroyos son frecuentadas por chorlos, agachonas, churrines, pato crestón y del torrente²⁷.

El PPA, en tanto recurso turístico es una unidad compuesta por dos áreas:

*Valle de Horcones: Desde la Ruta Nacional N° 7 (límite sur) hasta la confluencia del Río Horcones y el Arroyo El Durazno (límite norte), y por el Este, la margen derecha del Río Horcones. Hacia el oeste asciende hasta el filo principal del Cerro Agua Salada. En este valle se encuentra la infraestructura necesaria para la recepción de visitantes y el control y operación del parque.

*Cerro Aconcagua: Dentro de esta área nos encontramos con campamentos destinados al uso del turismo en general o exclusivamente para andinistas, los cuales son de tres tipos:

- Campamentos de Aproximación: En esta área está permitido el acampe de andinistas y visitantes que realicen actividades de ascenso y/o trekking.
- Campamentos de Base: Destinados al sentamiento de los andinistas que van a intentar la cumbre por las diferentes rutas de ascenso al Cerro. Los cuales son: Plaza Francia (4200 m); Plaza de Mulas (4300 m); Plaza Argentina (4200 m); Plaza Guanacos (3650 m). Toda la superficie para acampe se encuentra parcelada y hay zonas asignadas a los prestadores de servicios.
- Campamentos de Altura: Son los sitios que se utilizan durante el ascenso al Cerro y que tienen por lo general lugares reparados de los fuertes vientos (refugios) con arroyos y neveros para la provisión de agua. Las rutas de ascensión son: ruta normal o noroeste; ruta del glaciar o de los polacos; ruta de la pared sur o francesa; ruta de la vieja alta o plaza guanacos²⁸.

Dadas las características del paisaje, el PPA constituye el principal atractivo turístico de la provincia. De esta manera el objeto material se transfigura en símbolo que constituye el interés de los visitantes. En este punto las relaciones se entrecruzan en consideraciones de índole cultural.

2.1.2- El PPA como objeto cultural.

²⁷ ROSSI Sebastián, Parque Provincial Aconcagua, pag.27.

²⁸ <http://www.aconcagua.mendoza.gov.ar>

La legitimación simbólica opera en la construcción del PPA como un objeto cultural. Esta legitimación adquiere significados diferentes de acuerdo a los elementos culturales propios de los diversos grupos sociales que se interrelacionan con y en el lugar.

“Los paisajes deben ser considerados como; fuente de recursos, soporte de actividades (espacio), hábitat, fondo genético y laboratorio natural, fuente de percepciones y emociones y receptor de residuos.

En todos los casos se produce una apropiación y ocupación que está íntimamente relacionada con el desarrollo de las fuerzas productivas, los medios de producción, la cultura, la historia y las tradiciones. De esta consideración se puede entonces destacar el carácter histórico del concepto.”²⁹

Los rastros de cultura más antiguos encontrados en el PPA corresponden al imperio Inca, se trata de hallazgos arqueológicos que ayudaron a trazar un tramo del camino Qhapaq Ñan , mejor conocido como Camino del Inca, el cual se extiende desde Colombia hasta Argentina y Chile, atravesando siete provincias argentinas, siendo su límite más austral de distribución la Provincia de Mendoza.

En el año 1985 un grupo de expedicionarios integrantes del “Club andinista de Mendoza” encuentran en la zona del cerro Pirámide un fardo funerario (sacrificio ritual o “capacocha”). Dieron intervención al Instituto de Arqueología y Etnología de la Universidad Nacional de Cuyo quienes junto con investigadores de CONICET y otras instituciones programaron una expedición para rescatar el hallazgo. Al momento del desenfado constataron que se trataba del cuerpo de un niño de 7 u 8 años de edad, sexo masculino y con rasgos muy armónicos y data de unos 450 años, además descubrieron junto a la momia seis estatuillas, tres humanas realizadas en oro, plata y spondylus (una valva del océano Pacífico) y otras tres que representaban pequeños animales. Esto da muestra de los usos religiosos del cerro, simbolizado tal vez como un santuario cerca del cielo.

También hubo hallazgos de elementos varios pertenecientes a la cultura Huarpe.

La región del Aconcagua ha sido transformada ancestralmente por el accionar de las sociedades. Desde los pobladores originarios, la ocupación española luego de la conquista, las luchas independentistas, el ferrocarril, la ruta trasandina, hasta la actual práctica del

²⁹ SALINAS CHAVEZ Eduardo El desarrollo sustentable desde la ecología del paisaje, pag.261.

montañismo; el paisaje natural se ha visto moldeado por la cultura y ha variado la legitimación simbólica con que ha sido percibido y utilizado el PPA.

La palabra “Aconcagua”, ha generado polémicas en cuanto a su significado en español. La concepción más reconocida proviene de la lengua Quechua (Akon – Kahuak) que significa “Centinela de Piedra”, sin embargo, en la lengua Aymará los vocablos Kon – Kawa podrían ser traducidos como “Monte Nevado”.

Actualmente el PPA es considerado como un “recurso turístico”, siendo el área fragmentada y cuantificada, por un lado se encuentra una sección destinada al “turismo recreativo” y por otro lado una sección destinada al “turismo deportivo”. Cada una de estas secciones con sus límites delimitados y señalizados y con tarifas de ingresos definidos mediante instrumentos legales.

El principal atractivo lo constituye el cerro Aconcagua, cuya cima representa un gran interés para exploradores, científicos y deportistas de todo el mundo.

La información respecto a las primeras ascensiones cuenta que en 1833 el alemán Paul Gussfeldt logra alcanzar los 6.560 m.s.n.m. y con esta hazaña sienta las bases del andinismo. En 1897 el suizo Mathías Zurbriggen hace cumbre por primera vez en la historia del Aconcagua. En 1926 se produce la primera muerte en el Aconcagua, se trató de austriaco Juan Stepanek, su cuerpo fue rescatado veinte años después en un notable estado de conservación. El primer argentino en llegar a la cumbre del Aconcagua fue el Teniente Nicolás Platamura, formando parte de una expedición italiana, el 8 de marzo de 1934. En el año 1940 tuvo lugar la primera cumbre femenina realizada por Adriana Bance, esposa de Juan Link a quién se le atribuye la organización de las primeras expediciones comerciales al cerro. Ambos mueren en una expedición en el cerro en 1944³⁰.

La región del Aconcagua fue declarada “parque provincial” en 1983, con el objeto de conservar la flora y fauna de alta montaña, y el material arqueológico (ley provincial 4807/83).

Hasta hace quince o veinte años llegaban pocos visitantes al PPA, en la actualidad, se estima que ingresan al PPA más de 7.000 personas durante la temporada de verano (noviembre a marzo), con el objetivo de efectuar ascensiones y caminatas, teniendo un crecimiento sostenido de casi el 10% anual. Estas actividades están reguladas por

³⁰ ZEIMER Ilan, Cronología de expediciones a la cumbre, pag.167-175.

resoluciones dictaminadas por la Dirección de Recursos Naturales Renovables (DRNR) de la Provincia de Mendoza, quien es la autoridad de aplicación³¹.

La necesidad de regular, por medio de instrumentos legales, todo lo referido al ingreso y actividades que se pueden realizar en el PPA responde a la relación que existe entre el número de visitantes y las modificaciones/alteraciones que se producen en el paisaje, entre los que se destacan: el progresivo deterioro de la calidad paisajística de los espacios naturales en las áreas de montaña; la contaminación en las fuentes de agua por aseo y lavado; la proliferación de senderos marcados por las pisadas, que a falta de senderos bien delimitados los visitantes circulan por cualquier lugar, provocando daño a la flora del lugar; los desperdicios de todo tipo arrojados por los visitantes, incluyendo material no degradable (plásticos, químicos etc.) y excremento (humano o de mulas utilizadas para el transporte de carga); la “urbanización” de las montañas con la creación de nuevos servicios e infraestructuras (refugios, restaurantes) en lugares muy poco adecuados; aumento de los niveles de ruido y molestias a la fauna, a otros visitantes, etc.; la introducción de especies vegetales (semillas dispersadas a través de las heces de las mulas) y animales exóticas que alteran el equilibrio del ecosistema, ya que “...las montañas se caracterizan por poseer clima frío y riguroso, con suelos de escaso desarrollo, y plantas de lento crecimiento. Al sobrevivir las comunidades biológicas en el límite de tolerancia, cualquier disturbio sobre las mismas puede romper el equilibrio del sistema con tasas excesivamente lentas de recuperación...”³².

Teniendo en cuenta estas problemáticas, se han realizado diversos estudios en el PPA para conocer los efectos de las actividades turísticas y recreativas sobre los recursos naturales.

A nivel mundial, nacional y local se están tomando medidas para mejorar el manejo de las áreas recreativas de montaña y disminuir el impacto sobre estos ecosistemas. Algunas de las acciones incluyen el establecimiento de senderos definidos para concentrar el

³¹ BARROS Agustina y BERLANGA Pablo, Buenas prácticas para la conservación de ecosistemas de montaña, pag.5.

³² Ibidem, pag. 1-2.

impacto en sólo unos pocos sectores, la restricción al uso de áreas prioritarias de conservación como los ambientes de vega o áreas de nidificación y reproducción de animales, manejo de la materia fecal a través del uso de bolsas biodegradables; planes informativos a los visitantes sobre técnicas de mínimo impacto (conocidas como NOLs o No Deje Rastro que consta de siete principios de “*Como disfrutar de la naturaleza sin dañarla*”), entre otros.

De esta manera se trata de conservar, preservar y proteger al PPA legitimada simbólicamente como un “Área Natural Protegida” y como un paisaje con peculiares características destinado al uso turístico, ya sea para la contemplación, el excursionismo o disfrute, ya sea para el turismo deportivo, es decir el montañismo o andinismo. Esta legitimación simbólica adquiere otros matices cuando se trata de un objeto destinado a prácticas científicas de diversas disciplinas (geología, meteorología, geografía, biología, arqueología, ecología, sociología, entre otras).

A su vez los modos de legitimación simbólica y sus significados dependen del punto de vista de los agentes involucrados en cada una de estas y otras prácticas que se realizan en el PPA. Puntos de vistas que además devienen de la cultura en la cual están inmersos esos agentes y de las posiciones que ocupen en el espacio social. Lo cual será analizado y descrito en el desarrollo del presente trabajo.

Este modo de análisis es pertinente considerando que, según la lectura hecha por Loïc J.C. Wacquant de Bourdieu, lo peculiar del universo social es que las estructuras que lo conforman existen dos veces: la primera en la “... *“objetividad del primer orden” establecido por la distribución de los recursos materiales y de los modos de apropiación de los bienes y valores socialmente escasos* y la segunda vez en la *“objetividad del segundo orden” bajo la forma de sistema de clasificación, esquemas mentales y corporales que fungen como matriz simbólica de las actividades prácticas, conductas, sentimientos y juicios de los agentes sociales...*”. De esta manera la ciencia de la sociedad debe realizar una doble lectura: en primer lugar concibiendo a la sociedad a manera de un física social, como una estructura objetiva cuyas articulaciones pueden ser materialmente observadas, medidas y cartografiadas. La otra lectura reintroduce la experiencia inmediata de los agentes, con el objeto de explicitar las categorías de

percepción y apreciación (disposiciones) que estructuran desde adentro sus acciones y representaciones (tomas de posición)³³.

2.2- La transfiguración simbólica de los objetos.

Ha sido analizada la doble objetivación del PPA, que es a su vez un objeto material y un objeto cultural, es en el traspaso de un tipo de objetivación a otra dónde se produce la transfiguración simbólica del objeto o los objetos que constituyen el PPA.

Sucede cuando los objetos materiales son percibidos y definidos a través de símbolos y ya no como una realidad empírica, concreta. En lugar de los elementos de la naturaleza, se definen los significados simbólicos que estos representen, por ejemplo un glaciar deja de significar una masa de hielo y pasa a ser la esencia de la vida, una laguna significa fuente de pureza, la cima de un cerro ya no es un fenómeno geomorfológico sino una superación personal, etc.

En esta transfiguración los elementos del mundo natural pasan a configurar símbolos que les otorgan sentido a alguna acción: como elementos necesarios conservar (por sus características biológicas...etc.), o que atrae la atención para uso o disfrute (apropiación recreativa del paisaje) o para realizar actividades individuales, como puede ser alcanzar la cima de la montaña o intentar hacerlo, en las cuales lo importante ya no es el objeto sino lo que este objeto simboliza para los individuos que realizan esa práctica.

*“...El objeto no es nada. No es nada más que los diferentes tipos de relaciones de significaciones que vienen a converger, a contradecirse, a anudarse sobre él en tanto tal.”*³⁴

Los *sistemas simbólicos* han sido estudiados como “*estructuras estructurantes*”, en tanto son instrumentos de conocimiento y construcción de la realidad, y como instrumentos de comunicación, por lo tanto los símbolos hacen posible el consenso sobre el sentido del mundo.³⁵

Este simbolismo adquiere significación mediante el uso de determinadas categorías, las cuales serán analizadas en el capítulo 4 del presente trabajo.

³³ BOURDIEU Pierre y WACQUANT Loïc J.C., Respuestas. Por una antropología reflexiva, pag.18

³⁴ BAUDRILLARD Jean, Crítica de la economía política del signo, pag. 52.

³⁵ BOURDIEU Pierre, Sociología y cultura, citado por GARCÍA CANCLINI Néstor, pag.38

Capítulo 3

El PPA (Parque Provincial Aconcagua) como espacio social.

Para este análisis se ha realizado un recorte de la realidad social, el PPA, considerado a su vez como objeto material compuesto de elementos geofísicos y biológicos, y como objeto cultural fruto de una representación simbólica, recorte de donde se construye un *espacio social pluridimensional de posiciones*, ocupadas por agentes en situaciones variables, en las cuales se configuran diversas redes de relaciones entre los agentes y entre estos y las estructuras de funcionamiento interno de espacio social.

Los agentes se distribuyen ocupando posiciones variables de acuerdo capital que posean (en cantidad e intensidad) en sus diferentes especies vigentes en cualquiera de los campos. Estas posiciones incluyen jerarquías sociales, también variables, aquellas posiciones más ventajosas son ocupadas por los agentes con suficiente capital acumulado.

Las posiciones de los agentes sociales varían de acuerdo al tipo de relación social de que se trate, por ejemplo, en una situación particular, un agente puede encontrarse en una posición ventajosa por poseer dinero y llegar al PPA con todo el equipo y los servicios necesarios pero no tiene el estado físico necesario para tamaña hazaña, ubicándose, de esta manera, en una posición desventajosa en el campo por no poseer el capital vigente necesario.

Al interior del espacio social se encuentran diversos campos que pueden definirse como “...una red de relaciones objetivas entre posiciones.³⁶”, cada campo prescribe sus valores y posee sus propios principios regulatorios los cuales definen los límites de un “...espacio socialmente estructurado donde los agentes luchan en función de la posición que ocupan en dicho espacio, ya sea para modificarlo, ya sea para conservar sus fronteras y configuraciones...”³⁷.

El espacio social acá construido está compuesto por tres campos, a saber: campo político; campo cultural y campo mercantil. A su vez al interior de cada campo han sido construidos ámbitos de relación social.

Campo mercantil: Compuesto por las relaciones de tipo económico. Incluye todos lo referente al movimiento de dinero (valor del dinero, negocio turístico, negocio deportivo, mercado de trabajo, jerarquías laborales, valor comercial de la naturaleza -recurso natural-).

El PPA es considerado un objeto y está legítimamente institucionalizado como tal, en cuanto área protegida es potestad de Estado provincial su *conservación, protección y preservación*. Para cumplir esa “función” existe todo un aparato burocrático del campo político destinado a asignar roles y tareas a ciertos agentes, designar fondos para los gastos necesarios y administrar los ingresos monetarios.

El movimiento del dinero se manifiesta más evidente dentro del ámbito de relación comercial, donde existe cierta oferta para acceder al Aconcagua compuesta por equipos que incluyen desde brújulas hasta cantimploras, todas de última tecnología. Constantemente se producen innovaciones en lo referente a indumentaria que movilizan grandes cantidades de dinero; en el mercado también se venden servicios variados que se incluyen como necesarios para acceder al lugar, el servicio de guías como ejemplo.

El mercado está compuesto por agentes que venden y agentes que compran. En esta área se manifiestan ideas referidas a la lógica capitalista sin cuestionarlas, se desarrollan relaciones de puro intercambio monetario, cada cual buscando el máximo beneficio posible, el *homo economicus*, con ideas que resaltan el valor del dinero como medio de prestigio y poder. La violencia simbólica³⁸ se instala en el campo cultural en la cual se legitiman las definiciones subyacentes a las ideologías económicas (entre otras cosas). El

³⁶ BOURDIEU Pierre y WACQUANT Loïc J.C., op.cit., pag. 64

³⁷ Ibidem, pag. 24

³⁸ Ibidem pag.120

tipo de capital eficiente, el dinero, se encuentra en estado objetivado y en estado institucionalizado.

Al interior del campo mercantil las interrelaciones se objetivan en dos *ámbitos de relación social*: el ámbito laboral y el ámbito comercial.

Campo cultural: En el cual se desarrollan las relaciones sociedad-naturaleza; las prácticas deportivas, las prácticas religiosas y los sentimientos referidos al territorialismo y nacionalismo (por ejemplo el orgullo de que el PPA pertenezca al territorio de la Nación Argentina).

Compuesto por relaciones dónde prima el *habitus de los agentes*³⁹ y la representación simbólica del lugar, acá el Aconcagua ya no es definido como un objeto que moviliza dinero, sino como un objeto construido por una cultura, fruto de la historia particular del lugar y de la historia general del territorio donde se encuentra, como así también de las historias particulares y trayectorias de las personas que se hacen presente en el lugar.

En esta instancia es legitimado simbólicamente. El Aconcagua como un objeto creado por una cultura que lo considera un interés en si mismo con diferentes valores, percepciones y categorías que lo legitiman según los ámbitos de relación del campo cultural: de las prácticas deportivas; de las prácticas educativas, de relaciones con el medioambiente; de la historia documentada del lugar; de las prácticas religiosas etc.

Al interior del campo cultural se encuentran los *ámbitos de relación social* construidos como educativo, deportivo, religioso y de la cotidianeidad.

Campo político: Es donde la legitimación se formaliza, incluye los procesos históricos de relaciones sociales en el lugar, transmisión de categorías legitimadas, sistema jurídico, sistema educativo.

En este campo es donde se configura al Estado como responsable de la conservación del PPA, de donde surge la autoridad de aplicación cuyos agentes deben cumplir con roles y funciones jerarquizadas y especificadas. Los capitales vigentes en este campo son el capital cultural y social y el capital simbólico.

Al interior del campo político se han construido los *ámbitos de relación social*, ideológico, burocrático y jurídico.

3.1- Las redes y los ámbitos de relación social.

³⁹ Ibidem pag.87

Dentro de cada *campo* definido en el espacio social, han sido construidos especies de subcampos denominados *ámbitos de relación social*, donde se establecen las redes de relaciones que se desarrollan entre los agentes y entre estos y la estructura del campo en cuestión.

Los agentes se distribuyen en el espacio según las posiciones que ocupan en los diversos campos, de acuerdo a Bourdieu: “... *Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones, por su situación actual y potencial en la estructura de distribución de las diferentes especies de poder (o capital)...y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología etc.)...*”⁴⁰. Tales posiciones son relativas y varían de acuerdo al ámbito de relación social de que se trate. A partir de la relatividad de las posiciones se producen cruces, acercamientos y distancias entre los agentes en cada ámbito, cada campo y cada espacio social.

Cada ámbito de relación social conforma una estructura objetiva, un espacio de posiciones donde se objetiva la *distribución de los recursos socialmente eficientes* que definen las coerciones externas limitativas en las interacciones y representaciones. A su vez el funcionamiento de cada ámbito de relación social está condicionado por la experiencia inmediata de los agentes, las categorías de percepción y apreciación, *disposiciones*, que estructuran desde adentro sus acciones y representaciones, *tomas de posición*⁴¹.

Al interior del campo político se construyeron tres *ámbitos de relación social*: el ámbito ideológico, el ámbito burocrático y el ámbito jurídico.

Ámbito ideológico: Aquellos que definen y regulan las maneras en que debe organizarse la población y su vinculación con el territorio, son agentes que ocupan lugares privilegiados en la pirámide de poder político y jurídico del Estado, cumpliendo roles de funcionarios públicos, posiciones dadas por la acumulación de capital de tipo educativo (títulos universitarios de los funcionarios), económico (posición y trayectoria ocupacional familiar y posgeneracional de los funcionarios, clase social de pertenencia), de status social dado por los otros dos tipos de capital y además por cualidades propias de cada agente siendo relevante el carisma y la capacidad de convencimiento en quienes ocupan los roles de funcionarios y de militantes políticos.

⁴⁰ Ibidem pag. 64

⁴¹ Ibidem pag. 20

El análisis en profundidad acerca de las formas de operar el campo político y jurídico exceden los objetivos de este trabajo, no obstante es necesario señalar que los modos de legitimar cómo ha de ser organizada la población y el uso que se haga del territorio responden a los intereses políticos de grupos de agentes que intenten conservar esa situación de poder, para lo cual, mediante estrategias simbólicas, éstos agentes intentan imponer su visión del mundo a través de la *“...nominación oficial, acto de imposición simbólica que cuenta con toda la fuerza de lo colectivo, del consenso, del sentido común, porque es operada por un mandatario del Estado, detentador del monopolio de la violencia simbólica legítima [...] la nominación oficial de la identidad oficial, libra a sus poseedores de la lucha simbólica de todos al conferir a los agentes sociales la perspectiva autorizada, reconocida por todos, universal...”*⁴². A través del uso de la violencia simbólica se legitiman las categorías por las cuales se pretende conservar posiciones de poder.

El PPA representa en todos los ámbitos de relación social un objeto de lucha: en la lucha política por el manejo de este “bien público” intervienen muchos intereses particulares, los cuales, en algunos casos, difieren según se sucedan los gobiernos y de esta forma varían las posiciones que los agentes ocuparían en la estructura del ámbito político y varían también los agentes, especialmente aquellos que ocupan posiciones altas en la jerarquía estatal, motivo por el cual cambian los planes de manejo del PPA sin que aún haya alguno establecido que trascienda a los gobiernos para de esta manera lograr una efectiva conservación del lugar. Varios son los puntos de vista al respecto, pero quienes toman las decisiones son quienes ocupan altas posiciones y no ejercen sus funciones en contacto con la naturaleza sino desde sus oficinas.

Los objetos legitimados simbólicamente en el ámbito ideológico penetran en las conciencias de los agentes a través de las relaciones en el campo cultural, principalmente el ámbito educativo.

Ámbito burocrático: La estructura burocrática de este ámbito determina una distribución piramidal de las posiciones a ocupar por los agentes sociales que desempeñan roles laborales para el Estado.

De esta manera se encuentran, en este ámbito de relación social, agentes que ocupan posiciones de funcionarios, con suficiente capital acumulado para tomar decisiones y

⁴²BOURDIEU Pierre, op.cit., pag 294.

cumplir funciones de mando y supervisión. Quienes ocupan estas posiciones rara vez experimentan las problemáticas en su vida cotidiana, sino que las decisiones se realizan en escritorios mediante informes técnicos, asesorías profesionales etc. Los funcionarios que se ubican en la cima de la pirámide burocrática ejercen los roles de autoridad, actualmente son el gobernador de la provincia Cndor. Celso Jaque, el secretario de medioambiente Dr. Guillermo Carmona, el director de Recursos Naturales Renovables Dn. Daniel Gómez.

Ya bajando en la jerarquía se encuentra el departamento de Áreas Naturales Protegidas cuyo coordinador de unidad técnica es Tec. Pablo Berlanga. Este departamento incluye al cuerpo de guardaparques a cargo del Gpqe. Ricardo Yacante y la coordinación de zona de alta montaña a cargo del Gpqe. Ariel Gilardi. En este punto de la jerarquía encontramos agentes que si realizan sus funciones en el PPA como guardaparques, ayudantes de guardaparques y administrativos que realizan las tareas de brindar información y venta de ticket de entrada al PPA.

A su vez, dadas sus características como objeto natural, es objeto de demanda de seguridad siendo un lugar estrechamente relacionado con muertes, accidentes y descompensaciones físicas, para ello la Policía de Mendoza cuenta con un cuerpo especial: la Patrulla de Rescate, destinada a socorrer a los deportistas que lo necesiten o bajar cadáveres. Por el lado de la salud, el Estado, en su función de garante del bien público, terciariza el servicio médico contratando a través de licitación pública a la empresa prestadora. En este punto se produce un cruzamiento con el campo mercantil.

De esta manera el ámbito burocrático de relación social del campo político abarca los modos de gestionar y administrar la organización del PPA.

Ámbito jurídico: El PPA en el campo político representa un lugar clave como objeto cultural y como objeto material resignificándose en símbolo, y como tal está legitimado formalmente en la ley. Las leyes referidas al PPA ya han sido nombradas previamente.

Por su naturaleza geográfica es competencia del Ministerio de Medio Ambiente, la autoridad de aplicación es la Dirección de Recursos Naturales (DRN) mediante el Departamento Áreas naturales protegidas, división Zona de Alta Montaña. Las resoluciones respecto al manejo del PPA emergen de la DRN, las cuáles básicamente hacen referencia a temas tarifarios.

En el ámbito político-jurídico de relación social se establecen definiciones de tipo ideológicas que serán transmitidas en el ámbito educativo. Siendo que "...*El conocimiento*

del mundo social, y más precisamente, de las categorías que lo posibilitan es lo que está verdaderamente en juego en la lucha política,... por el poder de conservar o transformar el mundo social, conservando o transformando las categorías de percepción de ese mundo.”⁴³ Las categorías que emergen de las leyes son las que legitimarán formalmente la definición del PPA como Área Natural Protegida y determinarán acciones, relaciones y tomas de posición de los agentes intervinientes, penetrando, de esta manera, en el campo cultural.

Por otro lado, en el campo cultural serán definidos los ámbitos de relación social educativo, deportivo, religioso y de la cotidianidad.

Ámbito educativo: Es donde se transmite la información seleccionada por agentes que ocupan posiciones de poder actuales y por situaciones anteriores que se han perpetuado, *violencia simbólica* ejercida mediante el Estado que se encarna en la *objetividad* bajo la forma de estructuras y mecanismos específicos y en la *subjetividad* bajo la forma de estructuras mentales de pensamiento y percepción, de modo que “...*resultado de un proceso que la instituye a la vez en las estructuras sociales y en las estructuras mentales adaptadas a esas estructuras, la institución instituida hace olvidar que es fruto de una larga serie de actos de institución y se presenta con todas las apariencias de lo natural.*”⁴⁴

El ámbito educativo de relación social incluye la educación formal, a través del sistema escolar, y la educación informal.

La estructura del ámbito educativo -dentro del sistema escolar- también es piramidal. La cima está ocupada por un sector reducido de la población que ha alcanzado estudios superiores.

En el caso de PPA los agentes que intervienen en el lugar a través de relaciones laborales generalmente alcanzan la cima de la pirámide educativa, no obstante sus posiciones varían de acuerdo a la profesión que tengan. Ya han sido nombrados, dentro del ámbito burocrático, a quienes trabajan desde sus oficinas como funcionarios y son abogados, contadores etc. Aquellos agentes que trabajan en el lugar (PPA) generalmente son egresados de las carreras Guía de Alta Montaña y Trekkin y Tecnicatura en Conservación del Ambiente, también se encuentran médicos, enfermeros, policías y

⁴³ Ibidem, pag. 289

⁴⁴ BOURDIEU Pierre, op.cit., pag.98

agentes con otras profesiones que realizan tareas específicas o de investigación científica en diversas ramas (geografía, biología, arqueología. etc.).

La importancia de este ámbito en el presente análisis se basa en la información que es transmitida y las categorías que se utilizan para transmitir esa información (lo cual será extendido en el capítulo 4), como así también el hecho de que es mediante este ámbito donde surgen las informaciones respecto al modo de vinculación entre sociedad-entorno natural, con concepciones de la ciencia natural de diversas ramas por tratarse de un objeto de gran interés científico en cuanto a la geomorfología, geología, biología, hidrografía, meteorología, etc., y de donde surgen también los reclamos de tipo ecologista (cuyas luchas se cruzan, también, en el ámbito político) con conceptos científicos que emergen al respecto, como por ejemplo, “desarrollo sustentable”. Además constituye un lugar interesante para el estudio del cuerpo humano y su resistencia, y sobre métodos y técnicas deportivas.

Este ámbito trasciende la educación formal y se extiende a todas las formas de relación social. Juegan un papel muy importante el origen familiar de los agentes pues constituye el primer eslabón del ámbito educativo y de donde se desprenden y reproducen las informaciones referidas a cómo relacionarse en sociedad y sobre los valores y los significados adjudicados a las cosas, proceso éste llamado *socialización*, el cual “...*incluye cosas que deben aprender todos los seres humanos; sin embargo, cualquier proceso específico vincula este aprendizaje necesario a una selecta esfera de significados, valores y prácticas...*”⁴⁵

En este ámbito de relación social es donde comienza a formarse el habitus de los agentes, como una forma de interiorización de las estructuras objetivas. “...*La exposición acumulativa de las condiciones sociales definidas imprime en los individuos un conjunto de disposiciones duraderas y transponibles que interiorizan la necesidad de su entorno, inscribiendo dentro del organismo la inercia y las coerciones estructurales de la realidad externa [...] las regularidades objetivas y el proceso de interiorización de la objetividad con arreglo al cual se constituyen los principios transindividuales e inconscientes de (di)visión que los agentes incorporan a sus prácticas..*”⁴⁶.

⁴⁵ WILLIAMS Raymond, *Marxismo y literatura*, pag. 140.

⁴⁶ BOURDIEU Pierre y WACQUANT Loic J.C. op.cit, pag. 21.

Ámbito deportivo: Es donde se realizan todas las actividades relativas a las prácticas y consumos deportivos, y donde surgen los significados simbólicos que estas prácticas representan para los agentes.

Este ámbito de relación social representa una especie de mercado en el que existe una oferta y una demanda deportiva las cuales son amplias y han variado en el tiempo.

En ese *mercado* deportivo pueden acceder los deportistas que dispongan del capital necesario, el cual es diferente según la práctica deportiva de que se trate, siendo en alguno caso más relevante el capital dinero, en otros el tiempo libre y en otros el estado físico de los agentes “... *es posible considerar al conjunto de estas prácticas y consumos deportivos que se ofrecen a los agentes sociales [...] como una oferta dirigida a coincidir con cierta demanda social...*”⁴⁷.

Del lado de la demanda están quienes realizan alguna práctica deportiva, en este caso es el montañismo o andinismo en cualquiera de sus modalidades. Del lado de la oferta se incluye las agrupaciones deportivas, por ejemplo los clubes o asociaciones de andinistas siendo encargados de representar y defender los intereses de los andinistas, de transmitir conocimientos acerca de técnicas y métodos de realizar la práctica, de organizar grupos para salidas a la montaña, etc. Del lado de la oferta se encuentra también los productores y vendedores de equipos de montañas (botas dobles, instrumentos, vestimenta, carpas etc.) y además los vendedores de servicios (instructores, profesores, preparadores, guías, médicos de montaña, porteadores, servicio de mulas, etc.).

Quienes ingresan al PPA como visitantes para ascenso lo hacen con la conciencia de realizar una actividad deportiva de alto rendimiento físico, por eso generalmente son personas que se dedican al montañismo, deporte que incluye muchas actividades (escalada, trekkin, ciclismo, etc.) o bien a alguna otra práctica deportiva que garantice a los agentes el estado físico necesario para realizar tal hazaña.

La práctica de *montañismo* o *andinismo* incluye la existencia de un sistema de instituciones y agentes directa o indirectamente vinculados con la existencia de este deporte

El montañismo es un deporte amateur, quienes acceden a esta práctica lo hacen con la intención de vencerse a sí mismo, de superar barreras y obstáculos impuestos por la naturaleza utilizando todos los sistemas del cuerpo. El Cerro Aconcagua representa un escenario ideal para la realización de esta práctica, (en el capítulo 2 de este trabajo fue

⁴⁷ BOURDIEU Pierre, op.cit., pag.193

nombrada brevemente la historia de esta práctica en el lugar como así también algunas ascensiones destacadas). Existen modalidades particulares para realizar la actividad que incluye técnicas de aclimatación y resistencia, donde se destaca la extensión en el tiempo (muchos días) en un determinado lugar, lo cual indicaría que quienes realizan esta práctica cuenta con gran cantidad de tiempo libre disponible. Entre los aspectos técnicos es necesario destacar la importancia de la última tecnología en lo referente a indumentaria y equipos, donde el ámbito deportivo hace un cruzamiento con el campo mercantil, constituyéndose en una práctica muy costosa.

Además de ser un deporte amateur, realizado por agentes que cuentan con tiempo y capital económico suficiente para afrontar los gastos necesarios, es un deporte profesional ya que existen profesionales del montañismo que desarrollan su actividad deportiva como parte de su jornada de trabajo, en este punto se cruza nuevamente con el campo mercantil.

De esta manera el montañismo, inserto en el universo de las diversas prácticas y consumos deportivos, como un ámbito de relación social en que los agentes se sitúan en posiciones variables según lo realicen desde el amauterismo o como práctica profesional, y según el capital acumulado vigente que en este ámbito es básicamente referido al estado físico del cuerpo, a la historia y trayectoria personal de los agentes en la realización de este deporte y los conocimientos técnico que posean del lugar (como sitio geográfico) y de la práctica, el tiempo libre disponible, y el acceso a indumentaria y equipos básicos de alto costo monetario, que presenta variaciones de diversos órdenes “...las variaciones en las prácticas según las clases no sólo dependen de las variaciones de los factores que posibilitan o imposibilitan asumir sus costos económicos o culturales, sino también de las variaciones de la percepción y apreciación de las ganancias inmediatas o diferidas que estas prácticas deberían procurar.”⁴⁸

Ámbito religioso: Se cuenta con poca información al respecto.

Se trata por un lado de la religión como institución, perpetuada en la tradición siendo esta “...una tradición selectiva: versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y un presente reconfigurado, que resulta entonces poderosamente operativo dentro del proceso de definición e identificación cultural y social.”⁴⁹

⁴⁸ Ibidem, pag. 208.

⁴⁹ WILLIAMS Raymond, op.cit., pag. 137

Según la Constitución la república Argentina adopta la religión católica apostólica romana y además establece la laicidad civil y la libertad de culto, este punto se cruza con ámbitos del campo político.

Un ejemplo para nombrar es que en el centro de informaciones del PPA hay colgado, en una pared un cuadro de una línea de tiempo con fotos y acontecimientos entre los que se destacan una misa (católica) celebrada en Plaza de Mulas.

Por otro lado nos encontramos con prácticas religiosas diferentes a las institucionalizadas. Por ejemplo, según una historia del lugar, todos los años llegan al Cerro El Durazno un grupo de jóvenes con vestimentas negras que hacen rituales y altares de piedra.

Otro dato es la historia de la momia inca encontrada en el Cerro Pirámide. La montaña ha sido figurada como un símbolo mítico por muchas religiones en diferentes épocas y lugares, como un sitio cerca del cielo. Los pueblos originarios de América utilizaban las montañas como altares, luego de la conquista española, la colonización se extendió hasta la religión por eso se fueron colocando cruces (símbolo del cristianismo) en las cimas de los cerros que antes eran altares “profanos”.

Ámbito de la cotidianidad. Es el ámbito de la vida cotidiana de los agentes, según la posición ocupada actualmente, las posiciones ocupadas anteriormente y sus trayectorias personales.

Es en este ámbito de relación social cuando la cultura se introduce en los habitus de los agentes, el habitus “... *generado por las estructuras objetivas, genera a su vez las prácticas individuales, da a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción...*”⁵⁰.

Cada agente se relaciona con otros agentes de acuerdo a las disposiciones de los habitus. Por ejemplo, el ámbito deportivo inscribe en los agentes ciertas formas de clasificar, percibir y actuar en el campo. Los montañistas en el PPA ya sea que estén trabajando o intentando hacer cima se relacionan entre sí de un modo particular que se objetivan en los temas de conversación, que incluyen conceptos técnicos, de equipos e indumentaria, vivencias personales, compartidas entre los agentes, de ascensos, cimas de diversos cerros y sus dificultades etc.

⁵⁰ BOURDIEU Pierre citado por GARCÍA CANCLINI Nestor, op.cit., pag. 34

Este ámbito de relación social penetra en todos los demás ámbitos, por ejemplo en el ámbito laboral, los agentes que trabajan en el lugar, durante cada turno (generalmente de quince días) comparten la totalidad de horas de los días y el modo de ser cotidiano es compartido y reconfigurado por los agentes en situaciones que abarcan desde la forma de comer hasta los horarios de descanso.

A su vez, en el caso de los visitantes la cotidianeidad se ve modificada por algún lapso de tiempo en el que surge una nueva cotidianeidad.

Se dice en el lugar que hay tres tipos de visitantes: los *campingueros*, los *campamenteros* y los *montañistas*. Los *campingueros* serían aquellos que interrumpen su cotidianeidad por el día y salen a pasear por la montaña y llegan hasta el Valle Horcones. Los segundos son aquellos que suelen interrumpir su cotidianeidad por varios días, llegan hasta donde pueden con equipos no adecuados para la montaña (carpas de supermercado, zapatillas náuticas, poco agua por persona etc.). Los *montañistas* en cambio llegan con todo el equipo adecuado y manejan un lenguaje técnico.

Dentro de cada grupo hay más variaciones, pero se busca destacar que la cotidianeidad se experimenta en la forma de vivencia diaria. El análisis de este ámbito de relación se completa con el análisis de los agentes sociales en el espacio.

Por otra parte, en el campo mercantil serán distinguidos dos ámbitos de relación social: el ámbito laboral y el ámbito comercial.

Ámbito laboral: Este ámbito está inmerso en la estructura piramidal del poder, de la cual será tomada en cuenta una oposición básica entre jefes y empleados.

En el caso de los empleados públicos (agentes estatales), responden a la orden de su jefe inmediato siguiendo en cadena jerárquica hasta el jefe máximo, posición ocupada por el Gobernador de la Provincia. Las modalidades de trabajo de los empleados públicos son: “empleados de planta” (temporaria o permanente) y “contratos de locación de servicios” con los agentes inscriptos como monotributistas, figura legal autónoma pero trabajando en condiciones de dependencia.

Por otro lado, los empleados del sector privado responden a las órdenes de sus jefes que son agentes con suficiente capital económico acumulado, lo que le otorga la posición de poder en este campo. Se trata de empresas que contratan personal ya sea temporario o permanente para realizar las funciones requeridas (atención y venta en locales comerciales,

tareas contables, legales o administrativas, choferes, guías, porteadores, arrieros, etc.) a cambio de un salario.

Están también quienes trabajan por cuenta propia, que además de estar inscritos como monotributistas autónomos deben registrarse como guías o porteadores o prestadores de algún servicio pagando cánones impositivos. En este punto se cruza con el ámbito comercial. Los trabajadores independientes del sector comercial pueden ser *free lance*, es decir que no trabajan para ninguna empresa operadora de servicios turísticos en particular sino para aquella empresa que requiera de ese servicio en un momento dado.

Ámbito comercial: Es en lugar donde se desarrollan las relaciones entorno al dinero.

Por el sector privado existen empresas de bienes y servicios que ofrecen todo lo necesario para la práctica de montañismo: desde equipos e indumentaria en general hasta servicio de transporte y guías, adonde acceden los visitantes en calidad de “clientes”, que, a cambio de dinero, obtienen lo que las empresas les venden.

Por el sector estatal las ANP se autofinancian mediante arancelamientos al ingreso y cobro de multas por infracciones, y es del PPA de dónde surgen los ingresos necesarios para el abastecimiento de las demás ANP de la provincia. Los visitantes que ingresan deben abonar el arancel estipulado y además pagar multas en caso de incurrir en alguna infracción.

Los empresarios del sector privado (ya sean jefes o autónomos) se relacionan en este ámbito con el sector Estatal a modo de contribuyentes, quienes pagan las tazas establecidas para desarrollar la actividad y además los pagos de multas en caso de incurrir en infracción. También este sector se relaciona como prestador de un servicio para el estado, que como cliente contrata mediante licitaciones públicas a empresas de servicios, como ejemplo el servicio médico y el servicio de helicóptero.

3.2- Los agentes en el espacio y sus relaciones.

En todo espacio social existen interrelaciones entre diversos grupos de agentes, que no son ni actores ni sujetos sino agentes socialmente constituidos como activos y actuantes, con las características necesarias para producir efectos en dicho espacio⁵¹. La posición de un agente en el espacio social se define por la posición ocupada en los diferentes campos, las cuales pueden definirse en función de un sistema de coordenadas, cuyos valores

⁵¹ BOURDIEU PIERRE y WACQUANT Loïc J.C., op.cit. pag.71.

corresponden a los de las diferentes variables pertinentes⁵² la cuales han sido definidas en la descripción de los ámbitos de relación social.

Las posiciones de los agentes en un campo dependen del volumen y del peso relativo del capital que posean. Las estrategias que desarrollen dependen de su posición en el campo y de la percepción que tengan del campo, es decir del punto de vista sobre el campo tomada a partir de un punto dentro del campo⁵³, esta toma de posición es entendida como el sistema estructurada de las prácticas y expresiones de los agentes.

Para proceder a la descripción de los agentes sociales intervinientes en el proceso de interrelaciones desarrollado en el espacio social considerado en el presente trabajo (PPA) se los ha clasificado en tres grandes grupos: agentes estatales, agentes comerciales y visitantes. Clasificación que responde al hecho de los modos en que estos agentes se involucran en el espacio social construido.

En los casos de los dos primeros grupos se trata de agentes que llegan al PPA a realizar algún tipo de actividad laboral y ocupan posiciones institucionalizadas en los tres campos antes mencionados, a diferencia de tercer grupo compuesto por agentes que llegan en calidad de visitantes.

3.2.1- Posiciones institucionalizadas y relaciones económicas. Agentes estatales y agentes comerciales.

Los agentes estatales son aquellos que ocupan posiciones institucionalizadas en el PPA cumpliendo roles laborales específicos y jerarquizados. La institucionalización de estas posiciones está dada por la función específica que estos grupos de agentes deben realizar en la estructura conformada por los aparatos del Estado, que es el lugar de donde surgen las normativas y reglamentaciones para el uso y manejo del PPA. Los agentes estatales son los encargados de aplicar esas normativas y reglamentaciones.

Para cumplir con los objetivos de este trabajo solamente han sido tomados en cuenta aquellos agentes estatales que realizan sus funciones en el PPA, es decir, que al momento de relacionarse en el espacio social se encuentran físicamente presente.

En lo relativo a los roles que desarrollan estos agentes, se ubican en posiciones en el campo político: en el ámbito burocrático, de donde surgen las funciones a realizar por cada

⁵² BOURDIEU PIERRE, op.cit., pag 283.

⁵³ BOURDIEU PIERRE y WACQUANT Loïc J.C., op.cit. pag. 68

uno y la posición jerárquica que tengan; en el ámbito jurídico, de donde surgen las reglamentaciones y normativas que deben aplicar de manera acrítica, aceptando el orden establecido como algo dado; en el ámbito ideológico, las posiciones ocupadas están determinadas por el punto de vista que tienen respecto al PPA como perteneciente al territorio provincial y nacional, un lugar que es “nuestro” y que por lo tanto es motivo de orgullo el hecho que la montaña más alta de América está en Mendoza. Estos posibles sentimientos nacionalistas y territorialistas se cruzan con las posiciones ocupadas en el campo cultural.

Las posiciones de los agentes estatales en el campo cultural están relacionadas y cruzadas por las posiciones en el campo político y con el campo mercantil. En el ámbito educativo de relación social las posiciones varían de acuerdo al lugar que ocupan en la jerarquía educativa, pero además se relacionan con los otros grupos de agentes a modo de educadores, puesto que los agentes estatales que cumplen funciones en el PPA, son los encargados de informar, tanto a visitantes como a agentes comerciales, acerca de las áreas del PPA, sus condiciones de uso y las reglamentaciones pertinentes ya sea para la seguridad de quienes intenten hacer cima o acerca de la conservación del lugar.

Además, gran parte de los agentes estatales que cumplen sus funciones en el PPA, practican montañismo, ocupando así posiciones en los ámbitos deportivos, religiosos y de la cotidianeidad. De acuerdo a las manifestaciones de estos agentes, algunos se han dedicado previamente a la práctica de montañismo como deporte durante el “tiempo libre” y actualmente esta práctica forma parte de la rutina laboral.

En lo relativo al campo mercantil, la posición de estos agentes está especificada e institucionalizada en el ámbito laboral. En cambio, en el ámbito comercial parte de los agentes estatales ocupan posiciones como clientes que adquieren equipos e indumentaria para realizar la práctica de montañismo.

Por otro lado, los agentes del sector comercial también ocupan posiciones institucionalizadas en las relaciones económicas de la estructura social, cumpliendo roles y funciones de comercialización de bienes y servicios para la práctica de deportes de montaña y/o de como proveedores de servicios al Estado.

De esta manera ocupan posiciones en el campo del mercado ya sea dentro del ámbito laboral, como empresarios o jefes que ofrecen trabajo a cambio de un salario, o como empleados que ofrecen su fuerza de trabajo a cambio de ese salario; o en el ámbito

comercial ofreciendo sus productos o servicios a clientes, sean éstos futuros visitantes al PPA quienes consumen los servicios (de guías, de transporte, de porteadores de información etc.) o los bienes (equipos, indumentarias, manuales etc.) que ofrecen los agentes comerciales.

Estos grupos de agentes del sector comercial ocupan posiciones en el campo cultural: dentro de ámbito educativo han recibido previamente la educación formal necesaria para realizar las funciones que les correspondan, por ejemplo, en el caso de los prestadores del servicio de salud o los guías de alta montaña que deben acreditar el título para poder llevar personas a realizar cima. Además hacen también de educadores en el momento que transmiten las informaciones referidas al lugar, a su conservación, a la práctica de montañismo o las medidas pertinentes de seguridad a las cuales deben acatarse los visitantes para resguardar su integridad física.

Los agentes del sector comercial también ocupan posiciones en los ámbitos deportivos, (como practicantes de montañismo), religiosos y de la cotidianeidad.

3.2.2-Posición del visitante: turistas y deportistas. Relaciones económicas y relaciones culturales.

La posición del visitante es distinta que las de los agentes antes mencionados, en tanto que no desempeñan roles laborales.

Los agentes agrupados en esta categoría denominados “visitantes” son quienes por diversas razones han concurrido al lugar durante la última temporada, ya sea como turistas en búsqueda de satisfacer una necesidad de esparcimiento, recreación o disfrute del lugar o como deportistas, buscando alcanzar una meta o como ejercicio de su práctica, ocupando de esta manera posiciones variables en el campo cultural.

Siendo además receptores de informaciones impartidas en el ámbito educativo, ya sea mediante sus relaciones con los agentes estatales quienes se encargan de difundir estas informaciones respecto al PPA (mediante folletos, la página de Internet oficial etc.) referidas a elementos geofísicos y biológicos del PPA, también en cuanto a los atractivos turísticos, su regulación, sus usos, las estrategias de conservación del lugar y las reglamentaciones en cuanto a la seguridad personal en el lugar. Estas informaciones las reciben, además, en sus relaciones con los agentes del sector comercial.

Los visitantes son los agentes que incurren en gastos monetarios para acceder al lugar, por lo tanto las posiciones a ocupar en el campo mercantil están definidas en el ámbito comercial como “clientes” o consumidores en sus relaciones con los agentes del sector comercial, y como ingresantes en las relaciones con agentes del sector estatal.

Según los registros estadísticos de la página de Internet oficial del PPA durante la temporada de 2008/2009 ingresaron al parque 6650 visitantes, 4041 para ascenso y 2609 para trekkin de los cuales 805 para trekking de día, 1368 para trekkin corto y 436 para trekkin largo. En estos registros los visitantes están dualizados en argentinos y extranjeros, así de los ingresantes para ascenso el 83,89% fueron extranjeros y el 16,11% argentinos; para trekking de día 50,31% fueron extranjeros y 49,69% argentinos; en el caso del trekking corto 49,56% corresponde a extranjeros y 50,44% argentinos; y finalmente para trekking largo ingresaron un 36,47% de extranjeros y un 63,53% de argentinos⁵⁴.

3.2.3 Afinidades y distancias

Entre los tres grupos de agentes se producen cruzamientos, afinidades y distancias según la posición ocupada en los diferentes campos y en los ámbitos de relación social.

Una característica que une a los agentes de los tres grupos es la práctica de montañismo o la afinidad con la montaña.

Entre los agentes estatales y los agentes comerciales se establecen relaciones de cooperación, control, cruzamientos laborales y limitantes a la actividad de cada uno.

Entre los agentes estatales y los visitantes relaciones de cooperación, control, transmisión de información.

Entre los agentes comerciales y los visitantes relaciones mercantiles de oferta y demanda de bienes o servicios y transmisión de información.

⁵⁴ <http://www.aconcagua.mendoza.gov.ar>

Capitulo 4

La legitimación simbólica

En este capítulo se describirán y analizarán aquellas categorías utilizadas por los agentes en la definición y legitimación que hacen del PPA, mediante las cuales expresan su visión acerca de esa realidad social y se objetivan las relaciones entre los agentes en el espacio social.

El Parque Provincial Aconagua como espacio social está formal y simbólicamente legitimado, lo cual se objetiva a través de categorías surgidas según acuerdos de diversos intereses de agentes o grupos de agentes para los cuales es significativo el lugar.

En el proceso de legitimación intervienen agentes que actúan y se interrelacionan, se ubican en situaciones variables en el espacio -de alejamiento o acercamiento unos respecto a otros- según la circunstancia que llevó a cada agente a estar físicamente presente en el lugar y según las categorías que utilicen para percibir, definir y simbolizar esa circunstancia y al espacio en el cual se encuentran. Las categorías utilizadas por los agentes varían según la posición relativa en que éstos se encuentren en el espacio, abarcando nociones paisajísticas, culturales, económicas, etc.

La definición del PPA está legitimada formal y simbólicamente, así como también están legitimadas las acciones que ciertos agentes sociales pueden realizar o no dentro de los límites geográficos del PPA.

La legitimación se formaliza en las estructuras superiores de poder, por fuera del espacio social, que reglamentan las actividades y las relaciones entre los agentes por dentro del espacio social.

En la lucha por la imposición de categorías que permiten el conocimiento y la comunicación de una determinada realidad social aquellos agentes en situación de poder superior podrán imponer su punto de vista pues son portadores de *poder simbólico*, pactando con otros agentes en otras situaciones de poder. “...El poder simbólico, es decir, el poder de constituir lo dado enunciándolo, de actuar sobre el mundo al actuar sobre la representación de éste, no radica en los sistemas simbólicos bajo la forma de “fuerza ilocucionaria”. Se verifica dentro y mediante una relación definida que da origen a la creencia en la legitimidad de la palabra y de las personas que las pronuncian, y sólo opera en la medida en que quienes lo experimenten reconozcan a quienes lo ejercen.”⁵⁵

Los consiguientes procesos legitimadores que surgen se imponen en lo simbólico y se extienden a lo jurídico, formalizándose en la Ley mediante la cual se crean las categorías que definirán la problemática: *interés público, patrimonio natural, áreas naturales*, etc.; dónde además se definen marcos regulatorios que establecen los tipos de relaciones que serán desarrolladas en el PPA.

Los símbolos legitimados son significativos para los agentes que establecen relaciones en el espacio social, ya sea con otros agentes o con los elementos que componen la estructura del espacio y sus diferentes campos y ámbitos de relación social. Tales símbolos son definidos mediante el uso de ciertas categorías previamente legitimadas.

A partir de la red de relaciones que se configuran en un espacio social los agentes intervinientes van connotando símbolos referenciados a ciertos elementos del espacio, significativos para los agentes de acuerdo a la posición que ocupen y a los puntos de vistas que surgen de estas posiciones, que son denotados mediante el uso de categorías que los legitiman.

4.1-Las categorías y sus usos

⁵⁵BOURDIEU Pierre y WACQUANT Loïc J.C., op.cit., pag. 106

El lenguaje puede definirse como un “...*Conjunto de sonidos articulados con que las personas manifiestan lo que piensan o sienten...*” o como un “...*Conjunto de señales que dan a entender cualquier cosa...*”⁵⁶ Así definido puede interpretarse como una estructura de combinación de elementos sensibles, preponderantemente sonoros en el lenguaje humano, que producen un efecto en los demás y de esta manera lograr una comunicación respecto a lo que las personas piensan o sienten acerca del mundo que los rodea.

La percepción del mundo social es variable para los agentes sociales de acuerdo a la dinámica de las relaciones que se desarrollan en cualquier *espacio social*, haciendo que los conjuntos de sonido o de señales para manifestar esa percepción sea también variable, constituyéndose el lenguaje en estructura y proceso pues se trata de una captación activa de la realidad a través del lenguaje⁵⁷.

Para hacer posible la comunicación se crean socialmente los significados: la significación de la realidad mediante el uso de signos formales⁵⁸ que funcionan como sistemas simbólicos los cuales al ser instrumentos de conocimiento y construcción de la realidad “...*hacen posible el consenso sobre el sentido del mundo, promueven la integración social...*”⁵⁹.

Los objetos del mundo social están constantemente sometidos a variaciones de orden temporal, de esta manera su propia significación será relativamente indeterminada, es decir se pueden percibir y definir de diferentes maneras. La indeterminación de la significación de los objetos del mundo es la que da fundamento a la “...*la pluralidad de visiones del mundo, y está vinculado con la pluralidad de puntos de vista con todas las luchas simbólicas por la producción e imposición de la visión del mundo legítima*”⁶⁰.

El significado es necesariamente una acción social que depende de la relación social en la que se hallan inmersos los agentes. El signo utilizable para la comunicación -que es la fusión del elemento formal y el significado- es producto de esa continua actividad del lenguaje⁶¹.

Las categorías del lenguaje son construcciones sociales que representan los respectivos puntos de vista -de donde surgen y son legitimadas- respecto a la definición del mundo que

⁵⁶ <http://www.babiloo-project.org/diccionario2.0.9>

⁵⁷ WILLIAMS Raymond, op.cit, pag. 51.

⁵⁸ Ibidem. pag 51

⁵⁹ BOURDIEU Pierre citado por GARCÍA CANCLINI Néstor, op.cit., pag. 39.

⁶⁰ Ibidem, pag. 288.

⁶¹ WILLIAMS Raymond, op.cit, pag.50

lo rodea, de cualquier situación particular y de los elementos que componen esa situación“...*todas las categorías, incluyendo la categoría “lenguaje”, son construcciones expresadas en un lenguaje...*”⁶², construcciones que surgen mediante relaciones sociales específicas. De esta manera el significado de una situación particular o de los elementos que la componen son una acción social dependiente de una relación social, una captación de la realidad social mediante el uso de categorías que posibilitan su conocimiento y comunicación.

Los agentes sociales van construyendo categorías para describir y definir el mundo que lo rodea y las redes de relaciones sociales que establecen en ese mundo, de esta manera el mundo social, en la objetividad misma, accede al estatuto de sistema simbólico, “...*como un sistema de fonemas, se organiza según la lógica de la diferencia, de la separación diferencial de esta manera constituida como distinción significativa...*”⁶³.

La percepción del mundo social es producto de la incorporación de las *estructuras objetivas del espacio social*, por eso su conocimiento y las categorías que lo posibilitan es lo que está en juego en la lucha política “...*el poder de conservar o transformar el mundo social, conservando o transformando las categorías de percepción de ese mundo...*”⁶⁴.

Dentro de cada situación social específica, en el espacio social y en los diferentes ámbitos de relación social, son utilizadas y legitimadas determinadas categorías que son correctas o incorrectas en esa situación. La vara que traza esta demarcación está en manos de aquellos agentes en situación de poder en virtud del capital acumulado, especialmente el capital cultural: “... *Todo proceso de socialización [...] incluye cosas que deben aprender todos los seres humanos; sin embargo, cualquier proceso específico vincula este aprendizaje necesario a una selecta esfera de significados, valores y prácticas que en la proximidad que manifiesta su asociación con el aprendizaje necesario, constituyen los verdaderos fundamentos de lo hegemónico...*”⁶⁵.

La definición y descripción de la realidad social mediante la construcción y uso de categorías se objetivan en la relación sociedad-naturaleza. Los agentes sociales para interpretar, relacionarse y conocer en el mundo otorgan significados a los elementos ambientales cuya estructura simbólica está mediada por la adjudicación de significados a

⁶² Ibidem, pag.32.

⁶³ BOURDIEU Pierre, op.cit pag. 292

⁶⁴ Ibidem, pag. 290

⁶⁵ WILLIANS Raymond, op.cit, pag. 140

través del lenguaje “... *Se puede reconocer en cada elemento ambiental su condición de significativa, a los cuales se le puede adjudicar uno o más significados.*”⁶⁶ La realidad es socialmente construida de manera dinámica en y a través de “...*las interacciones con los subsistemas ambientales percibidos e inferidos...*”⁶⁷

Los significados atribuidos a cualquier elemento del ambiente son variables según el contexto temporal y espacial, por lo que no se pueden establecer reglas de porqué se elige o no otorgar significados a los diversos elementos, lo cual es dependiente de la estructura del espacio social y el *habitus* de los agentes.

4.2-La transfiguración simbólica del PPA

La doble objetividad del PPA supone un movimiento dialéctico de objeto material a objeto cultural que es manifestado mediante la utilización de categorías para legitimar el proceso y las estructuras y para reproducirlo o revertirlo.

Como objeto material está medido, cartografiado, constantemente estudiado por las ciencias naturales, físicas, del deporte y de economía de mercado.

En virtud de las cualidades naturales del PPA representa por un lado un objeto de interés político y de interés mercantil, por otro lado siendo el objeto “la cima más alta” atrae sentimientos particulares momento en el que su materialidad se transfigura en símbolo.

Este proceso dialéctico del objeto sucede en el campo cultural, los objetos del mundo se transfiguran en símbolos significativos para los agentes que los referencian y así adquieren status simbólico.

Los agentes (ni actores ni sujetos) actuantes en el proceso y sujetos a las estructuras objetivas del campo cultural que definen modos de relación. Estas estructuras a su vez no son independientes de la voluntad de los agentes, siendo éstos también actores en el proceso de formación, desarrollo y reproducción de las estructuras, donde se dan luchas por imposición de la visión del mundo entre los grupos de agentes portantes de diferentes especies de poder (capital) cada una valuada según los intereses puestos en juego.

⁶⁶ GUDYNAS Eduardo y EVIA Graciela op.cit. pag, 70

⁶⁷ Ibidem, pag.54

Nota: *Sistema ambiental percibido* es el conjunto de variables del ambiente operacional que estimulan el sensorio. Son los elementos ambientales que son tocados, vistos, oídos, gustados, etc., en tanto estimulan los sentidos. En este caso la interacción está mediada por lo sensorial. Este subconjunto constituye la base de la interacción humana con el ambiente.

Sistema ambiental inferido es el conjunto de variables ambientales no percibidas directamente por nuestros sentidos pero que son reconocidas gracias a aparatos u otros métodos experimentales. ...

Aquellos grupos que acumulen más poder lograrán imponer su punto de vista ya que se encuentran en situaciones de ventaja en la lucha. Para mantener sus situaciones de ventaja se legitiman los puntos de vistas, utilizando el capital acumulado para transmitir e imponer el valor actual (actual en el espacio hipotético) de ese capital en sus diferentes tipos, realizándolo de modos muy sutiles a través del proceso educativo mediante la transmisión de categorías que legitiman en lo simbólico ese punto de vista.

El proceso educativo, no se reduce a la educación formal sino que es más diverso y amplio, abarcando todas las áreas de relación social en las cuales resulta efectiva alguna de las especies de capital acumulado. La educación opera desde lo simbólico, creando categorías para definir los objetos del mundo, ya sean objetos materiales u objetos abstractos. Esas categorías legitimarán simbólicamente a los objetos.

Siendo un objeto construido por una cultura, la representación simbólica del PPA es resultado de diversos procesos históricos y *luchas* al interior del *campo político*⁶⁸ y la violencia simbólica instaurada mediante la educación formal, es decir la selección del aprendizaje considerado como necesario⁶⁹ y las maneras en que esa información es transmitida. De la selección de elementos considerados importantes para el aprendizaje y las informaciones transmitidas, emergen las categorías que se utilizan para transmitir esa información.

A su vez la representación simbólica deviene de la historia y trayectoria personal de cada uno de los agentes que se hacen presentes en el lugar. Es en el punto de origen en la historia de una persona donde surgen y reproducen las informaciones referidas a cómo relacionarse en sociedad y sobre los valores y los significados adjudicados a las cosas.

Es mediante la educación, ya sea educación formal -con la estructura de información bien clasificada y la graduación piramidal- o mediante la educación informal que sucede en el proceso de socialización, donde surgen las informaciones respecto a los modos de vinculación sociedad-entorno natural.

De esta manera la significación de los elementos de la naturaleza se manifiesta mediante la utilización de símbolos que estos objetos representan.

Es también, al interior del campo cultural, y sus dos elementos principales de dominación (educación formal e informal) donde surgen los significados simbólicos que les

⁶⁸ BOURDIEU Pierre, op.cit 290

⁶⁹ WILLIAMS Raymond, op.cit., pag 137

otorgará a sus prácticas, ya sean deportivas -particularmente el montañismo-, religiosas, mercantiles, recreativas, políticas, educativas o cotidianas, de acuerdo a los que dichas prácticas representan para los agentes.

Dentro del campo cultural los capitales efectivos vigentes en el PPA serían aquellos relacionados con conocimientos adquiridos dentro del ámbito de educación formal, ya sea en las carreras de Guía de alta montaña y trekkin, Tecnicatura en conservación del ambiente, seguridad pública, medicina, educación física, geografía, biología, etc.. Además se suman aquellos conocimientos informales que se desprenden del habitus de los agentes y del hecho de desarrollar parte de su cotidianidad en la montaña, referidos tanto a las características físicas, biológicas y geográficas del PPA y a las maneras de realizar la práctica de montañismo. Los objetos y los capitales vigentes en el campo cultural son definidos mediante el uso de símbolos que le otorgarán sentido a la acción mediante el uso de determinadas categorías.

4.3- Definiciones acerca del PPA

Los significados simbólicos que los agentes le otorgan al PPA se objetivan en categorías mediante las cuales esos simbolismos se legitiman.

El hecho de que el PPA sea un “Área Natural Protegida” tiene una significación variable para los agentes intervinientes. De acuerdo las posiciones que ocupan estos agentes en el *espacio social* surgen las diferentes maneras de percibir, simbolizar y definir al entorno natural donde están insertos.

Las maneras de relacionarse con la naturaleza tiene que ver con vivencias personales sin embargo, entre los agentes intervinientes, emergen categorías similares a la hora de definir esas relaciones: “...*me gusta la vida en la naturaleza y me interesa conservar los ambientes...*”, “*Esto, el conocer el Aconcagua con esta actividad me impulsó a que bueno...que sea una forma de vida para mi.*” (Agente estatal); “...*es como parte de tu vida*” (Agente Comercial); “...*amo estar en las montañas...*” (Visitante); “*La montaña es mi otra casa. Necesito de ella para poder vivir...donde me siento libre...*” (Agente comercial).

Quienes desarrollan parte de su cotidianidad en la montaña definen al PPA como un ambiente que incluye diversos “recursos”: “...*el parque de altura más importante de América y que tiene el cerro más alto. Eso sería lo más importante y por lo que viene la*

mayoría digamos, por buscar la cumbre del cerro más alto de América... también tiene cosas de flora y fauna, sobretodo de flora que son bastante interesantes...”, “...uno de los recursos es el agua digamos, uno de los recursos más importantes que tiene el parque, la parte de los glaciares.”(Agente estatal); “...todo es importante y relevante para el parque. Yo creo que la inmensidad de la montaña eh...todo lo que conlleva la montaña que son los glaciares, la fauna, la flora, todo es relevante en este momento.” (Agente estatal); “es hipnotizante para la gente que lo visita. Para definirlo en palabras no tiene una descripción concreta...Es una montaña bastante grande, eso es una buena definición... El Aconcagua tiene su particularidad, el parque en general de los glaciares. Los glaciares son muy bonitos los que existen dentro del Aconcagua, eh...después la montaña, la montaña es muy bonita, muy particular o sea tiene una belleza especial, eh...como el colorido que adquiere durante la noche, durante la tarde o sus cosas, aparte de ser una montaña muy alta que te permite ver a muchos lugares cuando uno está arriba, o sea la vista se pierde en un horizonte de montañas es algo muy particular en medio de la cordillera.”(Agente comercial).

Sin embargo estas características señaladas no son fácilmente perceptibles para el punto de vista foráneo: *“...como cualquier desierto es muy sutil la belleza y la conexión. Si, que existe mucho, que hay mucho pero se tiene que buscar...” (Visitante).*

Se puede observar percepciones de los agentes que se objetivan en categorías que privilegian criterios de tipo “conservacionista” como por ejemplo: *“la capacidad de carga que tiene el parque...” (Agente comercial); “...esa es la idea de nuestro trabajo que se equilibre y sea llamado de esta palabra que es nueva en los últimos diez años: sustentable” (Agente estatal); “...el derretimiento de los neveros...” (Agente estatal).*

Tales categorías hacen referencia básicamente a los modos de conservación del PPA, surgiendo críticas en cuanto a las decisiones políticas que postergan los estudios acerca del plan de manejo del parque o indicando que *“Se invierte mucho dinero en conservar al andinista y no en conservar el lugar.” (Agente estatal); “...lamentablemente, para lo que es mi opinión, hoy en día está entrando todo el que tiene el deseo de entrar y paga el permiso y no están los estudios hechos para ver si es mucha o puede resistir más gente el parque...”(Agente estatal) “...por cuestiones políticas no se toman decisiones adecuadas o no se invierten los recursos necesarios para la conservación, recordemos que ahora al iniciar la temporada los guardaparques estaban en conflicto con el gobierno reclamando*

cosas necesarias para realizar su trabajo...” (Agente comercial); “Lamentablemente los trabajos realizados para una buena conservación del lugar han ido disminuyendo y diluyéndose en el tiempo. Cada vez son menos los guardaparques que trabajan ahí, y terminan haciendo otro tipo de tareas en lugar de ocuparse por la preservación del parque. Y no es culpa de ellos, solo que falta personal y hacen lo que pueden...” (Agente comercial)

También se destacan definiciones de índole conservacionista desde otro lugar “*un sentido estadounidense de...del cuidamiento del medioambiente.*” (Visitante). Salvando los errores de pronunciación idiomática este *sentido estadounidense* hace referencia a las maneras de regulación de las Áreas protegidas en Estados Unidos, dónde las multas por daños al ambiente son muy elevadas y ya desde fines del siglo XIX se ha hecho hincapié en la conservación de estos lugares.

Respecto a los problemas de conservación del PPA emergen definiciones referidas a los impactos causados por las actividades que allí se realizan. El hecho de que diferentes prácticas sociales (turismo, deporte, trabajo) se desarrollen en el lugar va causando modificaciones en el ambiente: “*...a través de lo que yo conozco el parques se ha ido modificando a través de cómo ha ido evolucionando la actividad de montañismo y su regulación dentro del parque...*” (Agente estatal); “*... Obviamente ya el hecho de estar digamos algún impacto causamos, aunque siempre tratando de evitar eh...en la mayor medida que se pueda ...también hay muchos problemas por el tema de las mulas que nosotros evitamos que las mulas pastoreen sobre las vegas para proteger digamos la vida que se genera alrededor de las vegas*” (Agente estatal); “*...es fácil observar el impacto de los andinistas dentro del glaciar, los depósitos de basura o los senderos muy marcados ya sea por las mulas o por el mismo tránsito de los andinistas...*”(Agente estatal); “*El principal problema yo creo que es el manejo de los residuos y la materia fecal que no se conserva adecuadamente o sea que no se almacena adecuadamente. Eh...también el impacto ambiental que generan las personas, el helicóptero volando sobre los campamentos ahuyenta la fauna local, eh...las acción de las mulas y de animales exóticos dentro del parque como los perros que entran muchas veces acompañando a los arrieros y ahuyentan a toda la fauna, las mulas que pisotean las vegas y hacen sobrepastoreo, entonces eso está alejando digamos del tema de la conservación, el impacto de la cantidad de gente que sube al cerro también es más allá de lo que el recurso pueda llegar a*

soportarlo...”(Agente estatal) “...*hay lugares como por ejemplo Berlín, donde desde lejos ya se siente el olor a pis, y se puede ver entre las piedras papel higiénico, materia fecal...*” (Agente comercial); “...*el andinista demanda y la naturaleza se va postergando.*” (Agente comercial).

En muchos casos el problema de la basura no es causado de manera intencional: “*Está popular el concepto de dejar recursos ahí en los campos altos, dejar gasolina para cocinar, dejar pastas arroz cosas extras, si un paquete de comida instantánea, pero muchas veces lo que ocurre es que está dejando sin nadie y convierte a basura. Pero basura aleatoria, basura...como paquetes vacíos no vimos mucho. Cosas guardadas pero poco oficialmente guardadas.*” (Visitante); “...*también ocurre que con los temporales la gente no está en condiciones de hacerse cargo, simplemente lo dejan fuera de la carpa y esto durante la noche se vuela por el viento o cuando arman todo se les descuelga de la mochila y terminan perdiendo la basura.*”(Agente estatal).

Las modificaciones al ambiente también son consecuencia de cambios climáticos globales: “...*Y ahora que recién estamos arrancando la temporada lo que por ahí noto es que en comparación con las temporadas anteriores en yo he estado es que está bastante pelado en cuanto al tema de nieve El tema de que con el pasar de los años la acumulación de nieve es cada vez más lejos más al interior de la montaña...*” (Agente estatal); “...*los neveros son como acumulaciones de nieve que permanecen durante el verano, este último año no existen los neveros simplemente son glaciares de hielo milenario.*” (Agente estatal); “...*cada vez hay menos nieve para derretir para tomar agua...*” (Agente comercial).

Pero el paisaje natural del PPA también se ha visto modificado por obras de infraestructura para el desarrollo de las actividades, por ejemplo la marcación de senderos, helipuertos, refugios, etc., “...*bueno a mí en particular me impresiona el trabajo de plomería para recoger agua bebible y las tuberías que ponen y mantienen.*”(Visitante).

Estas definiciones, en parte, emergen de las informaciones que surgen de diversos ámbitos educativos: “... *de por ahí encontrar una planta a más de cuatro mil metros por ahí empezar a ver por qué tiene esa forma y como se ha dado por ahí en el medio de un acarreo quizás encontrás una escarapela y decís ¡que interesante todo lo que hace esa planta para poder sobrevivir en este tipo de hábitat no!*” (Agente estatal); “...*como cualquier montaña lleva una historia espiritual que se sabe que hubo nativos que la*

admiraron, que tubo la montaña como alguna potencia espiritual y que estamos solamente siguiendo en el sendero que ha existido desde hace siglos...”(Visitante).

Una característica a destacar es que los agentes intervinientes son personas que se dedican a la práctica de montañismo y emergen similitudes a la hora de definir esta práctica: “... la montaña tiene que ver con cuestiones personales de cada persona, por qué una persona sube una montaña es algo muy intrínseco, más allá de las fotos que pueda mostrar o de los comentarios que se pueda hacer dentro o fuera de la montaña en ámbitos relacionados con otra gente, el hecho de trabajar o de vivir en la montaña tiene que ver con algo muy propio dentro de cada uno, porque no existe ninguna necesidad física ni biológica ni espiritual de subir una montaña, sin embargo es una necesidad o algo que está latente dentro de cada persona, muy difícil del explicar simplemente hay que vivirlo.”(Agente comercial); “...La superación del individuo, creo que uno de los beneficios más importantes que tiene la actividad del montañismo. Es un deporte que no competía contra nadie sino contra vos mismo, no es que vos querés ser mejor que aquel o mejor que vos, si no que la gente que practica montañismo, creo yo no se, trata de superarse uno mismo y tratar de superar una cumbre no es tratar...no es tampoco la conquista de la naturaleza, sino una conquista personal que tiene cada uno.” (Agente estatal); “Según lo que dijo Mesner, que era un gran escalador, el Maradona del montañismo, que “escalar montañas nos lleva a grados más altos de conocimiento”, no se refería a la altura por la altura de la montaña sino se refería a conocerse a uno mismo...sinceramente yo lo que creo es que es conocerse a uno mismo, estar vinculado con uno mismo, y tiene que ver con algo que no se, no tengo la capacidad de explicar simplemente de vivirlo, no puedo poner con palabras eso.” (Agente comercial); “Porque uno depende de sí mismo, no tiene las posibilidades de depender de otros más allá de que puede ser ayudado o no por otro, tiene que ver con un proceso muy propio” (Agente estatal); “... intentamos subir nuestras habilidades o competencia, competición con nosotros mismos. . Para mi, siempre escalo montañas porque amo estar en las montañas, porque siento una vivencia ahí...” (Visitante); “...un sentido tremendo de...no sé como traducirlo...de éxito...y muy afortunado poder ver el mundo desde una perspectiva muy única...” (Visitante); “...la posibilidad de entrenar no solo entrenar no solo el cuerpo, también la reflexión, el yo interno...conocerse más, conocer nuestros límites.” (Agente comercial).

Y también emergen algunas diferencias respecto a algún “otro”: “...a mí me gusta escalar las montañas y a ellos les gusta haber escalado las montañas o poder decir que han escalado...” (Visitante); “...como cualquier andinista que viene y solo quiere la cumbre para la foto...” (Agente estatal).

De esta manera el montañismo es un deporte individual donde se busca la superación personal pagando altos costos. Al ser un deporte extremo se expone el cuerpo a desgastes físicos: “...sentí mucho el efecto de la altura, que estaba respirando increíblemente fuerte, que el latido de la corazón muy rápido, sentí muy cansado, que no podía tomar suficiente oxígeno y todos estos efectos ah...fisiológicos...” (Visitante); “...te lleva la límite de tus posibilidades físicas y mentales, o sea uno va agotando sus capacidades de respirar, sus capacidades musculares y va llegando al límite.” (Agente comercial); “... el tema de la montaña te rompe la rodilla así que es difícil por ahí por ese lado...” (Agente estatal).

Además de ser una actividad que implica grandes costos fisiológicos implica grandes costos económicos: “...la evolución en el deporte como práctica obviamente como cualquier otro deporte uno empieza con lo que tiene, uno se va superando a través de los años y a través de querer hacer lo mejor, de la práctica del ensayo y error uno va adquiriendo mejores equipamientos y mejores tecnologías para practicar el deporte.” (Agente estatal); “...en inversión de dinero siempre he estado comprando usado, por una cuestión de costo, pero así también siempre he invertido mucho en equipos de montaña, que es bastante caro. Hoy en día tengo la suerte, bueno, de tener un equipo completo...” (Agente estatal); “...aquí en Mendoza sería una pesadilla tener que encontrar tantas cosas, la selección es inferior y las empresas tienen que pagar muchísimo para la importación, muchas tarifas, se nota que es muy fácil para nosotros vender de segunda mano cualquier cosa a guías argentinos, o guías no estadounidenses, y se suele hacer eso...” (Visitante) “...si bien por mi trabajo en la mayoría de los casos cobro en dólares no obtengo muchas ganancias, pues es un trabajo de tiempo completo y tengo que estar atento si algún cliente está mareado, si está respirando bien, si está orinando o defecando de manera adecuada, y tengo que tener siempre un botiquín con medicamentos que son caros, estar constantemente capacitado en primeros auxilios...y todos esos gastos los costeo yo con mis ingresos.... Además en trabajo solamente en temporada que son casi cuatro meses...” (Agente comercial); “...estos equipos son muy costoso, es por esto que no

es un deporte muy popular. Además en mi caso, es muy difícil conseguir ropa de mujer de pequeño tamaño...” (Agente comercial)..

Los movimientos de dinero relacionados con la práctica de montañismo se manifiestan en todas las actividades que se desarrollan en el PPA, desde los roles laborales de los agentes estatales hasta la oferta de bienes y servicios de alta montaña. De esta manera el PPA es también definido como un recurso que ingresa en la esfera del mercado pero se destaca la idea de “reserva” por lo cual se hace necesario que las actividades sean reguladas para no generar grandes impactos: “...*Si, es caro, pero necesariamente así porque la cantidad de escaladores que vienen...*”(Visitante); “...*lamentablemente, para lo que es mi opinión, hoy en día está entrando todo el que tiene el deseo de entrar y paga el permiso y no están los estudios hechos para ver si es mucha o puede resistir más gente el parque*” (Agente estatal) ; “... *yo creo toda actividad que se desarrolla en el parque debemos desarrollarla de un manera responsable para que no afecte tanto al ambiente, pero todo lo que hacemos afecta de alguna manera al ambiente y...creo que tratar de regular y conservar esa actividad también ayuda al ambiente porque si sacamos esa actividad o sea no estaríamos dando las riquezas que el lugar tiene, que no estaríamos ofreciéndosela a la gente. Creo que la actividad es muy necesaria, que tenemos que defender la actividad de montañismo, la actividad de las empresas...*” (Agente estatal); “... *me parece que el paisaje natural como... es patrimonio de todos, este...estas montañas son preciosas como para que no las explotemos, pero hay que explotarlas con precaución, tratando de cuidar y preservarlas...*” (Agente estatal).

La crítica hacia los modos de regulación del PPA exceden los problemas referidos a la conservación: “*Actualmente está concentrado en unas empresas que son tres empresas las más grandes que existen en el parque y manejan el 80% de todo lo que es le ingreso turístico. La DRN, o sea el gobierno de la provincia tiene una participación sobretodo las entradas que venden al parque más una cuota que...un arancel que pagan las empresas dentro del parque, sin embargo es un recurso que está monopolizado...*” (Agente estatal); “...*yo tengo que pagar muchos impuestos para poder realizar mi trabajo, no es lo mismo el costo para una gran empresa que ofrece un paquete de servicios completo que para un guía particular...*” (Agente comercial).

Otro dato importante a la hora de analizar las actividades que se desarrollan en el PPA es el contexto temporal siendo necesario para la práctica de montañismo la disponibilidad

de tiempo libre: “... desde que me llamó la atención empecé a lo loco digamos, con camperas digamos para andar en el llano, cosas así, desde los quince o dieciséis años que empecé a salir por mi cuenta y bueno siempre que he tenido la posibilidad de tiempo libre digamos, la vacaciones, me hacía una escapada a algún cerrito y me pasaba por ahí el fin de semana en la montaña. En tiempo es eso cada vez que tenía y que tengo tiempo me hago alguna escapada a algún cerro.” (Agente estatal) “...siempre que podemos nos juntamos con amigos para intentar hacer alguna cima, claro que cuando no estoy trabajando...” (Agente comercial).

No obstante los agentes que desempeñan roles laborales realizan su práctica deportiva como parte de su rutina de trabajo: “...la posibilidad del trabajo también nos ofrece hacer alguna caminata a algún campamento de altura, o entrar por la punta de la quebrada para ir a otro campamento...” (Agente estatal); “ Primero antes de la actividad de guardaparques lo veía como algo muy lejano, algo que era para unos pocos y la actividad de guardaparque me acercó al Aconcagua, me hizo conocerlo, me hizo querer... querer la actividad, me hizo dedicarme más a las actividades de montaña...” (Agente estatal); “... las cinco veces que he llegado a la cumbre trabajando de alguna manera, yendo a buscar a alguien que está mal o yendo a hacer algún patrullaje o algún operativo de limpieza.” (Agente estatal); “Soy un deportista profesional, yo me considero un deportista profesional porque termino cobrando por hacer deportes por los que la mayoría de la gente paga, como hacer raftin o esquiar o hacer montañismo, o sea yo cobro por hacer esas prácticas de deporte.” (Agente comercial); “...para nosotros este trabajo es tan emocionante como su intento de cumbre...” (Agente comercial).

El contexto temporal de las vivencias en el PPA se manifiesta mediante la cotidianidad de los agentes en el lugar: “... es como cualquier otro trabajo creo yo, con la diferencia que acá muchos compañeros, no toca compartir algún refugio, te toca compartir la casa digamos durante catorce o quince días y bueno, se forma como una familia digamos, donde compartimos los almuerzos, las cenas, pasamos navidad, año nuevo juntos, cumpleaños...” (Agente estatal); “...y todas las que son actividades de montaña siempre se comparten acá arriba... Y con toda la gente que trabaja en la montaña tratamos de tener la mejor, o sea somos todos los que estamos acá primero porque nos gusta la montaña que es un ambiente especial, o sea creemos que no cualquiera elige esta profesión y los que la eligen compartimos por ahí los mismos los mismos sentimientos al ambiente y a la

actividad en sí, o sea es como una frater...yo lo veo como una fraternidad en sí.” (Agente estatal); “...tenés una parte de las relaciones de convivencia, gran parte del trabajo consiste en convivir con las personas que están ahí...pero en sí las relaciones en las montañas es muy distinto a las relaciones que existen en las ciudades, las relaciones humanas, o sea siempre se conoce a las personas más desde un aspecto humano, es muy difícil mantener una careta una máscara allá arriba, uno aflora más naturalmente las personalidades de uno.” (Agente comercial); “... Plaza de Mulas es un pueblo, a mí me gusta mucho vivir en Plaza de Mulas porque tiene su particularidad, tiene una población permanente y tiene sus características...” (Agente estatal); “...memoria favorita es de una fiesta de navidad en el campo base en la Plaza Argentina...” (Visitante); “...si bien vivo en la ciudad la mayoría de mis amigos o de la gente con la que me relaciono son montañistas...” (Agente comercial); “En Aconcagua hay una comunidad, somos muchos los que cada año compartimos un lugar, una fecha como navidad o el año nuevo, cumpleaños...toda esa población viviendo en una mini-ciudad...” (Agente comercial).

De esta manera es posible observar las maneras en que los agentes intervinientes manifiestan su punto de vista respecto al PPA el cual es parte su posición en el PPA considerado como un *espacio social*. Estos puntos de vista son objetivados en las definiciones que realizan del lugar y en las relaciones sociales que se establecen.

4.4-Relaciones objetivadas en categorías

Las relaciones que se establecen en el PPA se objetivan a través de categorías que definen los modos de vinculación entre los agentes y entre éstos y el entorno natural.

El espacio social que ha sido construido en torno al PPA representa un recorte de una realidad social específica, fechada y situada. Dicho espacio social está compuesto por diversos campos que poseen sus propios principios regulatorios y modos de funcionamiento y donde emergen categorías específicas.

Tales categorías dan cuenta de los tipos de relaciones que se establecen al interior de cada campo, de los diversos puntos de vistas de los agentes que intervienen y de las posiciones que éstos ocupan. A su vez, determinadas categorías definen los modos de relación entre los agentes ocupantes de posiciones en diversos campos sociales.

En el capítulo tres fueron construidos tres campos constitutivos del espacio social: político, mercantil y cultural. Además fueron definidos los diversos *ámbitos de relación*

social que cada campo incluye, a saber: al interior del campo político los ámbitos ideológico, burocrático y jurídico; al interior del campo cultural los ámbitos educativo, deportivo, religioso y de la cotidianidad; al interior del campo mercantil el ámbito laboral y el ámbito comercial.

Dentro de cada ámbito de relación social emergen categorías propias de los agentes que los colocan en posiciones de afinidad y/o distancia.

4.4.1- Categorías que emergen en los ámbitos de relación social.

Ámbito ideológico: Tiene que ver con los procesos históricos que se desarrollaron en el lugar: la ocupación y uso del territorio; la construcción del entorno; la explotación de los recursos naturales; la legitimación de las categorías de conservación, preservación y protección del PPA.

Al respecto surgen, por parte de agentes estatales categorías como *“cuidar la naturaleza”* como la parte esencial del rol laboral que cumplen, para los cuales la montaña significaría *“una parte más de ser mendocino”, “es patrimonio de todos”*; razón por lo cual es necesario *“explotarlas con precaución”, “cuidar y preservarlas”, “regular y conservar”*. De esta manera la explotación turística, de manera sustentable, del PPA *“ayuda al ambiente”* porque sino *“...no estaríamos dando las riquezas que el lugar tiene, que no estaríamos ofreciéndosela a la gente.”*

Mientras que por parte de agentes comerciales emerge la categoría que referencia *“una montaña sagrada”*, argumentando que *“...ya para los incas y todo su imperio fue una montaña de mucha importancia, hasta el día de hoy lo sigue siendo, el gobierno de la provincia invierte millones de pesos en mantener esa montaña.”*

Desde el punto de vista foráneo, expresado por un visitante, el PPA representa *“una cultura totalmente separada de lo normal en el país”*. Respecto a la conservación, preservación y protección del lugar argumentan que *“...es una cosa que...que vamos a esperar, que conocemos parques nacionales, o parques naturales en muchos sitios diferentes, en diferentes países, y lo esperamos en cualquier sitio que se suele venir mucha gente...”*.

Ámbito burocrático: Por ser el PPA un Área protegida es considerada un bien público, por lo tanto su regulación, gestión y administración está configurada dentro de la estructura burocrática del Estado de la Provincia de Mendoza, la cual determina una distribución

piramidal de las posiciones a ocupar por los agentes estatales quienes desempeñan roles laborales para el Estado (empleados públicos).

Dentro de este ámbito emergen categorías que definen ciertos roles que cumplen los agentes estatales “...nos ponemos la gorra...” para referirse a que “*Somos los que decidimos cuando se cambia un tacho y cuando no, un tacho de caca me refiero...*”, “...tenemos que cuidar las medidas ambientales.”.

Respecto a esas medidas ambientales surgen críticas hacia los sectores decisionales de la burocracia estatal, cierto agente estatal manifiesta que “*Se invierte mucho dinero en conservar al andinista y no en conservar el lugar. O sea las cualidades de conservación del lugar están como un poco postergadas. Si bien hay trabajos de conservación no son los necesarios para mantener el lugar, para conservarlo.*”. Críticas que acercan las posiciones con un agente comercial cuando manifiesta que “...por cuestiones políticas no se toman decisiones adecuadas o no se invierten los recursos necesarios para la conservación...”.

Los roles de cuidado del ambiente son percibidos de manera diferente por parte de los visitantes “...los guardaparques su trabajo no es administrar ese movimiento de suministro o de basura sino supervisión y policial que cumplen los...las empresas. Pero me parece que aparte de eso no hay mucho trabajo para cuidar el ambiente directamente. El trabajo consiste...ahm...la esencia del trabajo es...suministro hacia adentro y basura hacia fuera y eso lo hacen con mulas o helicópteros y me parece que lo hacen muy adecuadamente”.

Ámbito jurídico Las categorías que emergen de las leyes son las que legitimarán formalmente la definición del PPA como Área Natural Protegida. La legislación vigente incluye las reglamentaciones y normativas respecto a la explotación de los recursos naturales y la necesidad de conservar, proteger y preservar el lugar.

De acuerdo a lo expresado por agentes estatales, el ámbito jurídico se cruza con el ámbito burocrático en cuanto a los roles que deben cumplir: “...nosotros somos el mecanismo de aplicación del parque, somos los encargados de hacer cumplir las leyes, en cierta manera cumplimos roles de vigilancia, de control.”.

Sin embargo, se percibe a la legislación vigente como rezagada respecto a las necesidades de conservación del lugar: “Y desde que yo tengo conocimiento digamos escucho hablar del Aconcagua, escucho que está por salir el plan de manejo y que se va a regular la cantidad de gente...eh que todavía no se sabe cuánta es la capacidad de carga

que tiene el parque. Y bueno pasan los años y sigue como comentario y no se termina, el hecho de decir bueno se ha hecho un estudio y se ha determinado que en la temporada pueden entrar o siete mil personas como han estado entrando o tres mil o diez mil. Eh...lamentablemente, para lo que es mi opinión, hoy en día está entrando todo el que tiene el deseo de entrar y paga el permiso y no están los estudios hechos para ver si es mucha o puede resistir más gente el parque.”.

Mientras que para agentes comerciales el ámbito jurídico se cruza con el ámbito comercial: “...desde el Gobierno se nos exige estar permanentemente capacitados, estar con los impuestos al día...”, “...yo tengo que pagar muchos impuestos para poder realizar mi trabajo.”.

El punto de vista de visitantes extranjeros dentro del ámbito jurídico hace referencia a que “*Parece que el país de Argentina no requiere mucho tampoco, si viene a Buenos Aires hay que pagar una tarifa y ya tienes tu visa, para venir a Mendoza no comprueban nada, solamente...mm...verifican que no tienes contrabando o cosas engorrosas y...te dejan entrar y nada...*”. Dentro del PPA se argumenta respecto a las normativas tarifarias y de control que “... es caro, pero necesariamente así porque la cantidad de escaladores que vienen, las regulaciones tampoco son más estrictos que en cualquier otra montaña, es lo normal así es que...llevar cada trozo de basura, cada cosa hay que reentregar cuando terminas.”.

Ámbito educativo: Abarca a la educación formal, a través del sistema escolar, y la educación informal, incorporada en los agentes a través del ámbito de la cotidianidad.

Mediante el ámbito educativo surgen las informaciones respecto al modo de vinculación con el entorno natural, expresado en agentes estatales con argumentos como: “*el impacto ambiental que generan las personas, el helicóptero volando sobre los campamentos ahuyenta la fauna local, eh...las acción de las mulas y de animales exóticos dentro del parque como los perros que entran muchas veces acompañando a los arrieros y ahuyentan a toda la fauna, las mulas que pisotean las vegas y hacen sobrepastoreo, entonces eso está alejando digamos del tema de la conservación, el impacto de la cantidad de gente que sube al cerro también es más allá de lo que el recurso pueda llegar a soportarlo.*”, “...por ahí encontrar una planta a más de cuatro mil metros por ahí empezar a ver por qué tiene esa forma y como se ha dado por ahí en el medio de un acarreo quizás encontrás una escarapela y decís ¡que interesante todo lo que hace esa planta para poder sobrevivir en

este tipo de hábitat... ”. Emergiendo categorías de la ecología como: “el impacto ambiental”, “el sobrepastoreo”, “la capacidad de carga”. El hecho de que emerjan este tipo de categorías surge en parte de la educación formal de ciertos agentes estatales, por ejemplo: “...antes de ser guardaparques fui guía, o sea soy guía de alta montaña... ”, “... terminé de cursar la Tecnicatura en conservación de la naturaleza.”

En ciertos agentes comerciales la educación formal es necesaria para desempeñar su actividad, por ejemplo: “...soy Guía de alta montaña y trekkin, título que tengo que acreditar para poder trabajar.”, “...estar constantemente capacitado en primeros auxilios... ”; “Cuando estaba en primer año de la residencia de clínica médica me ofrecieron trabajar en Plaza de Mulas...me pareció un desafío desde lo médico... ”. No obstante, determinados modos de vinculación con el entorno natural devienen de informaciones adquiridas mediante la educación informal: “Yo creo que una montaña no se puede comparar con otra, cada una es como una persona, tiene su personalidad y sus particularidades, creo que no hay forma de compararlas.”; “Cada montaña tiene su particularidad... el Aconcagua, lo más destacable es su altura... el lugar más que más gusta y me impacta es Nido de cóndores...tiene una vista panorámica...”.

La educación formal no tiene relevancia al momento de definir las vinculaciones con el PPA que desarrollan los visitantes, siendo que las percepciones respecto al lugar tienen que ver con informaciones adquiridas en el ámbito de la cotidianidad: “Si, creo que hay un sentido estadounidense de...del cuidado del medioambiente que tenemos, es un sentido instinto de no dejar basura. Pero a la vez depende mucho en nosotros para proveer ese contenedora de basura, que lo mantenimos nosotros... si se sabe, que su basura su paquete tiene que ir a un sitio designado.”, “... como cualquier desierto es muy sutil la belleza y la conexión. La mayoría de las personas seguro que vienen y ven que todo está seco e ignoran por una gran parte lo que existe y dicen es un desierto muy vacío de vida y de belleza y requiere una persona que puede ah...explicarles.”.

Dentro de este ámbito de relación social también surgen las informaciones respecto a métodos y técnicas deportivas.

Ámbito deportivo: El montañismo o andinismo que además de ser un deporte amateur, realizado por agentes que cuentan con tiempo y capital económico suficiente para afrontar los gastos necesarios, es un deporte profesional ya que existen profesionales del montañismo que desarrollan su actividad deportiva como parte de su jornada de trabajo.

El hecho de ser considerado un deporte profesional acerca a agentes estatales -“...he trabajado en el cerro hace quince años acá arriba, he estado muy cerca de la cumbre pero nunca en forma deportiva, forma deportiva decir mi fin es llegar a la cumbre y volver. A la cumbre he conocido, las cinco veces que he llegado a la cumbre trabajando...”, “...la actividad el montañismo se me intensifica en mi actividad como guardaparque de alta montaña.”- a posiciones de afinidad con agentes comerciales -“...yo me considero un deportista profesional porque termino cobrando por hacer deportes por los que la mayoría de la gente paga...”.

Las definiciones referentes a la práctica de montañismo hace que los tres grupos de agentes se encuentren en posiciones de afinidad dentro del ámbito deportivo: “...y sinceramente subir una montaña de esta envergadura te lleva la límite de tus posibilidades físicas y mentales, o sea uno va agotando sus capacidades de respirar, sus capacidades musculares y va llegando al límite.”, “... la montaña tiene que ver con cuestiones personales de cada persona, por qué una persona sube una montaña es algo muy intrínseco...”, “Me considero un deportista, si bien nunca fui de practicar deportes convencionales como fútbol o voley, si practico otros tipos de deportes, relacionados con la montaña...me gusta ponerme al límite.” (Agente comercial); “...la superación del individuo, creo que uno de los beneficios más importantes que tiene la actividad del montañismo. Es un deporte que no competía contra nadie sino contra vos mismo, no es que vos querés ser mejor que aquel o mejor que vos, si no que la gente que practica montañismo, creo yo no se, trata de superarse uno mismo y tratar de superar una cumbre no es tratar ...no es tampoco la conquista de la naturaleza...” (Agente estatal); “...no tan competitivas pero nos gusta jugar, nos gusta estar en esos sitios remotos, en esos sitios altos ah... y... si nos gusta estar ahí al aire libre. Para nosotros, personal, intentamos subir nuestras habilidades o competencia, competición con nosotros mismos...” (Visitante).

Sin embargo, para los visitantes, la práctica de montañismo es algo muy relevante e incluyen en su definición cuestiones referidas a técnicas para el desarrollo de esta actividad: “...mirar al costado y notar que no podíamos subir más, o que sentamos, descansamos, tomamos agua y mediamente pensando en la bajada, que ... no estamos terminados, no hemos acabado nada, solamente estamos a la mitad, la otra mitad la cosa tradicionalmente más peligrosa es la bajada y estamos mediamente pensando en eso.”.

Ámbito religioso: Se manifiestan prácticas religiosas diferentes a las institucionalizadas que engloban significaciones de índole metafísicas respecto a la montaña.

Dichas significaciones tienen que ver con vivencias individuales de lo que cada agente experimenta o siente en el momento de subir una montaña o alcanzar una cima, y con las motivaciones que los impulsan a querer vivir esa experiencia: *“...yo lo que creo es que es conocerse a uno mismo, estar vinculado con uno mismo, y tiene que ver con algo que no se, no tengo la capacidad de explicar simplemente de vivirlo... no existe ninguna necesidad física ni biológica ni espiritual de subir una montaña, sin embargo es una necesidad o algo que está latente dentro de cada persona, muy difícil del explicar simplemente hay que vivirlo....Según lo que dijo Mesner, que era un gran escalador, el Maradona del montañismo, que “escalar montañas nos lleva a grados más altos de conocimiento”* (Agente comercial); *“...y cuando puedo hacerme tiempo y voy es como que vuelvo totalmente relajado que ya olvidé todos los problemas que pude llegar a tener y...como que empiezo de cero. Así que me sirve muchísimo hacerme una escapadita aunque sea un cerro chiquito, un trekkin corto, aunque sea.”*, *“La montaña es sagrado... me hace crecer como persona digamos.”*, *“... sino una conquista personal que tiene cada uno.”* (Agente estatal); *“... como cualquier montaña lleva una historia espiritual que se sabe que hubo nativos que la admiraron, que tubo la montaña como alguna potencia espiritual y que estamos solamente siguiendo en el sendero que ha existido desde hace siglos.”*, *“Para mi, siempre escalo montañas porque amo estar en las montañas, porque siento una vivencia ahí.”* (Visitante); *“...lo vivo como el encuentro conmigo misma, ..., explorar mi yo interno, reflexionar...”* (Agente comercial).

Ámbito de la cotidianidad: La cotidianidad se experimenta en la forma de vivencia diaria que los agentes experimentan cuando ingresan al PPA y durante su estadía en el lugar.

Respecto a las relaciones que los agentes establecen entre sí manifiestan: *“Se ejerce mucho la relación de amistad.”*, *“... pero en sí las relaciones en las montañas es muy distinto a las relaciones que existen en las ciudades, las relaciones humanas, o sea siempre se conoce a las personas más desde un aspecto humano, es muy difícil mantener una careta una máscara allá arriba, uno aflora más naturalmente las personalidades de uno.”* *“...si bien vivo en la ciudad la mayoría de mis amigos o de la gente con la que me relaciono son montañistas...siempre que podemos nos juntamos con amigos para intentar*

hacer alguna cima, claro que cuando no estoy trabajando.” (Agente comercial); “...muchos compañeros, no toca compartir algún refugio, te toca compartir la casa digamos durante catorce o quince días y bueno, se forma como una familia digamos, donde compartimos los almuerzos, las cenas, pasamos navidad, año nuevo juntos, cumpleaños...”, “Y con toda la gente que trabaja en la montaña tratamos de tener la mejor, o sea somos todos los que estamos acá primero porque nos gusta la montaña que es un ambiente especial, o sea creemos que no cualquiera elige esta profesión y los que la eligen compartimos por ahí los mismos los mismos sentimientos al ambiente y a la actividad...” (Agente estatal) “...desde el punto de vista social es vivenciar la solidaridad en su máxima expresión, ya sea compartiendo un trago de agua o salir en busca o ayuda a algún andinista.” (Agente comercial).

Aunque el hecho de compartir vivencias con otros agentes no se manifiesta en lo expresado por visitantes, lo que los colocaría en posiciones de distancia respecto a agentes estatales y comerciales: “...no hubo un gran deseo para interacciones aparte de nuestro grupo, cierto dónde solamente hablamos inglés...”.

También se puede observar definiciones que colocan a ciertos agente estatales en posiciones de distancia respecto a ciertos agentes comerciales: “...con quienes tenemos mayormente tenemos conflicto digamos son con los arrieros, por ahí por un tema cultural, la mayoría de los arrieros eh...es gente de campo digamos...el típico gaucho digamos y que por ahí está acostumbrado a hacer el asado y bajarse de la mula y cortar leña del lugar donde se bajó, que bueno desde hace un par de años eso está completamente prohibido.” (Agente estatal).

Ámbito laboral: Dentro del cual se desarrollan diversas actividades a cambio de un salario.

Por parte de agentes estatales (empleados públicos) los roles laborales se cruzan con las tareas específicas que deben realizar las cuales están determinadas por la estructura del ámbito burocrático, por ejemplo: “...brindar información y eventualmente manejar el tema del dinero de los ticket que se recaudan.”, “...cuidar las medidas ambientales.”. También es necesario tener en cuenta que los roles laborales de los agentes estatales están presentes en el ámbito jurídico, deportivo y de la cotidianidad.

En estos dos últimos ámbitos (deportivo y de la cotidianidad) también se desarrollan los roles laborales de los agentes comerciales: “...me considero un deportista profesional...”,

“...es un trabajo de tiempo completo y tengo que estar atento si algún cliente está mareado, si está respirando bien, si está orinando o defecando de manera adecuada...”.

Los agentes comerciales cuales pueden ser empleados de empresas privadas o trabajadores independientes: *“...soy guía free lance, o sea no tengo contrato exclusivo con ninguna empresa, sino que ofrezco mi servicio como guía a quien lo contrate, que pueden ser particulares, en su mayoría extranjeros, o a las empresas.”*, *“Generalmente son las empresas grandes que venden paquetes completos...las que me contratan.”* *“he desarrollado mi labor asistencial en el Campamento Base de Plaza de Mulas...mi tarea consiste en el control, el diagnóstico y la prevención de patologías provocadas por la altura...”*.

Es posible observar dentro de este ámbito relaciones de cooperación entre agentes estatales y comerciales: *“...mi campamento donde estoy generalmente es Plaza Argentina, que es por la Quebrada de Vacas, en esa quebrada no trabaja la Patrulla de rescate, entonces por ahí si hay alguna emergencia eh...tenemos que organizarnos entre guardaparques, auxiliares y generalmente casi siempre ...contamos con el apoyo de los porteadores y algún guía que eventualmente está justo ahí en el campamento, pero siempre si los porteadores de las empresas.”* (Agente estatal). Lo cual es muy evidente en el caso del servicio médico: *“...asistir, vía radio, a guardaparques, patrulla, guías o andinistas que se encuentren socorriendo a algún andinista con problemas de salud.”*.

Los visitantes no participan en este ámbito por el hecho de no desarrollar actividades laborales.

Ámbito comercial: Es en lugar donde se desarrollan las relaciones entorno a los movimientos de dinero.

En lo referente a la compra de artículos, vestimenta o equipos de montaña es posible observar cierta afinidad en las posiciones de agentes estatales y comerciales: *“... en inversión de dinero siempre he estado comprando usado, por una cuestión de costo, pero así también siempre he invertido mucho en equipos de montaña, que es bastante caro.”*. (Agente estatal); *“...los equipos los fui comprando de a poco, en su mayoría cosas usadas...”* (Agente comercial). En este caso la actividad del agente comercial no está relacionada con la venta de esos elementos, en ese caso es muy posible que la posición varíe.

Los equipos necesarios para realizar actividades de alta montaña son caros y difíciles de conseguir en la República Argentina, visitantes extranjeros lo manifestaron de esta manera: *“... lamentablemente aquí en Mendoza está mucho más difícil un calidad y una selección de equipo en comparación de lo que podemos conseguir nosotros... está muy fácil para nosotros tener buenas ofertas de las empresas estadounidenses, nos dan en la mayoría de los casos una cuenta con un porcentaje de contado por efecto y así para nosotros tenemos una gran selección y en un precio más reducido...”*

Respecto a los diversos servicios que se ofrecen en general para la práctica de montañismo y en particular en el PPA visitantes entrevistados expresaron que: *“... en nuestro caso, contratamos servicio de mulas hasta campo base y contratamos sitios de baños en los campos base. De comida, lo hacemos nosotros para ahorrar un poco de dinero, de tiendas comunes no lo usamos, también usamos nuestras propias tiendas y dejamos de pagar para el servicio de estas tiendas grandes.”*

Desde el punto de vista de un agente estatal la explotación del PPA como recurso turístico, es decir como un objeto que entra en circulación en el mercado, es necesario pues *“... mucha gente vive de eso”*.

Sin embargo las ganancias obtenidas no son las mismas según se trate del Estado, de un empleado público, de un empresario, o de un trabajador independiente: *“... recordemos que ahora al iniciar la temporada los guardaparques estaban en conflicto con el gobierno reclamando cosas necesarias para realizar su trabajo”, “... si bien por mi trabajo en la mayoría de los casos cobro en dólares no obtengo muchas ganancias... es una actividad que genera muchos gastos...”* (Agente comercial), *“La DRN, o sea el gobierno de la provincia tiene una participación sobretodo las entradas que venden al parque más una cuota que... un arancel que pagan las empresas dentro del parque, sin embargo es un recurso que está monopolizado...”* *“... un porteo se puede pagar, una persona lo puede pagar en 200, 300 dólares a una empresa y un porteador no cobra más de 100 dólares por esto.”* (Agente estatal).

Conclusión

El PPA en tanto *Área Natural Protegida* se encuentra legitimado en virtud de sus características como objeto material: “*la montaña más alta de América*”, “*perspectiva única*”, “*importantes glaciares*”, etc., lo cual se transfigura en objeto cultural como un “*sitio sagrado*” que además permite la experiencia de esas “*vivencias personales*” y de “*superación personal*” donde se hace posible “*probar mis limitaciones, explorar mi yo interno, reflexionar*”.

Desde el campo mercantil se legitima como “*recurso natural*” que genera ingresos monetarios tanto para el Estado provincial como para las empresas o prestadores individuales de servicios de alta montaña, los diversos agentes señalan la necesidad de que el Parque sea “*explotado*” pero de manera “*sustentable*”, es decir conservándolo en máximo posible. Los visitantes extranjeros que ingresan al PPA, antes o después de su expedición a la montaña representan turistas en la Provincia de Mendoza que consumen diversos productos diseñados para el mercado turístico en la ciudad (restaurantes, hospedajes diversos, servicios de transportes, artículos diversos etc.), esto hace que las ganancias obtenidas del “*recurso natural*”, excedan los límites geográficos del PPA y la oferta de bienes y servicios de montaña.

En lo deportivo se legitima por el hecho de ser una “*montaña particular*”, “*la cima más alta del continente*” que resulta de gran atractivo a montañistas de todo el mundo y donde se pone a prueba los “*límites del propio cuerpo*”. Un dato llamativo que surge es respecto al desgaste físico que implica el montañismo, siendo una actividad de alto rendimiento se opone al deporte como búsqueda de salud y bienestar físico.

Es importante destacar que, si bien la característica en común de todos los agentes intervinientes es la práctica del montañismo, para los agentes que cumplen roles laborales es muy importante la conservación del lugar, además del análisis de las entrevistas y de charlas informales con los informantes surgió el dato de la mayoría de quienes ingresan al PPA para desarrollar alguna actividad laboral lo conocieron trabajando. Mientras que para los visitantes, en su mayoría recorren montañas de diversos países en busca de alcanzar cimas y conocer “*perspectivas diferentes*”, y ven a la problemática de la conservación como un detalle común de los parques o reservas naturales siendo, para ellos, lo más importante del PPA la práctica deportiva.

Ahora bien, de las características propias del PPA o de los “recurso naturales” con los que cuenta el parque se destacan no sólo la cima, sino también los glaciares, la flora, la fauna, etc., que son los elementos que se incluyen en la legislación al momento de ser definido como un *Área Natural Protegida*, sin embargo la postal más representativa del PPA es el Cerro Aconcagua y la cruz en la cima. Lo cual puede inducir a pensar que lo más importante del PPA es el Cerro Aconcagua, que como tal desde hace muchos años ha atraído a montañistas de todo el mundo, siendo “*una montaña muy comercial a diferencia de otras montañas*” -tal como lo expresara un guía de alta montaña-, lo cual favorece su explotación como “recurso turístico”, al generar constantes ganancias económicas a muchos sectores sociales -como manifestó un informante “*mucha gente vive de esto*”-, siendo la conservación, preservación y protección consecuencias de intereses económicos.

Otro dato importante son las críticas que surgieron por diversos agentes intervinientes entrevistados respecto al accionar político en el manejo de las Áreas Naturales Protegidas en general y al PPA en particular, donde a pesar de la legislación vigente quedan postergadas las tareas de conservación en pos brindar un buen servicio a los turistas visitantes.

El análisis presentado es sólo un breve pantallazo acerca de las relaciones sociales que se objetivan en el PPA, quedando así la puerta abierta para futuras investigaciones.

Excedían a este trabajo consideraciones profundas acerca del ordenamiento jurídico en general, por ejemplo un análisis acerca del por qué son creadas leyes y por qué otras quedan encajonadas en algún recinto, o acerca de la relación que esas leyes tienen con el campo mercantil, o quizás acerca de los contenidos que incluyen las leyes y los objetivos que se proponen, o de las maneras en que esas leyes son aplicadas.

También quedaron pendientes perspectivas más profundas acerca del deporte, el riesgo, la seguridad y la vivencia en general del montañista. De la relación existente entre los deportes de alto rendimiento y la salud de los deportistas. Dentro del ámbito de las salud y la seguridad quedaron exentos análisis referidos a la preparación que los profesionales deben tener, la importancia que se le da en todo momento para la detección del MAM (mal agudo de montaña), las inversiones que realiza el Estado y/o las empresas en la problemática de salud y seguridad. Además se excluyó análisis referidos a los costos y riesgos (en tiempo, salud y dinero) que implican los rescates, ya sea en la búsqueda de montañistas extraviados, en las evacuaciones de quienes se encuentren “*papos*”⁷⁰ o de aquellos que han perdido su vida.

Consideraciones más profundas acerca del campo mercantil también quedaron fuera, aquellas referidas a los negocios que se objetivan en torno al PPA, datos cuantitativos acerca de la distribución y redistribución de los ingresos que genera el PPA tanto para el Estado (sector público) o para el sector privado, de gastos incurridos por el Estado, prioridades denotadas, o acerca de la competencia entre las empresas líderes, promedios de ganancias, comparación de estas ganancias con las del sector público y con las de los trabajadores independientes.

Relaciones de vinculación con el entorno natural estudiadas de manera más profunda también excedieron los objetivos, pero hay mucho para investigar al respecto. Las modificaciones del paisaje es un tema bastante interesante, ya que no sólo los glaciares ha disminuido o los neveros derretidos, sino también se han ido introduciendo flora y fauna exótica, por ejemplo las mulas, que si bien para los guardaparques representan un problema, no dejan de ser una postal típica del PPA, sería interesante entonces investigar acerca de los por qué y cuando de la introducción de estos elementos.

El problema de la basura no es un problema menor, pues la basura que se saca de este lugar va a parar a otros lugares, denominados “áreas de sacrificio”, y ¿qué pasa con esos otros lugares? Se utiliza como vaciadero a la denominada “*Plaza Cacuca*”, antiguo depósito de Vialidad donde se van acumulando todos los desperdicios que son extraídos del PPA. El problema con los vaciaderos es que la mayor parte de la basura tarda muchos años

⁷⁰ Nota: *Papos* es el término que se utiliza para definir a montañistas que presenten síntomas de MAM u otro desorden de salud y no pueden depender de sí mismos para emprender el descenso.

en degradarse y de a poco las “*sociedades del desperdicio*” nos vamos tapando con nuestra propia basura.

Por eso, no solo es importante la conservación protección y preservación de estas islas de territorio denominadas Áreas Naturales Protegidas, sino que hoy en día emerge la necesidad de una lucha por la protección del planeta en su totalidad. Pues constituye una sola unidad orgánica y no basta con limitar porciones de territorio para proteger.

Índice bibliográfico

ALEDO Antonio y DOMINGUEZ Andrés, Arqueología de la sociología ambiental, recuperado en <http://www.ua.es/personal/antonioaledo.librosociología> (mayo 2010).

ANDRES Juan Manuel y ENCABO Matilde (2008), Concepto de Área Natural Turística. Como aporte para la planificación sustentable del turismo, Revista El Periplo Sustentable, 13, 91.

BARROS Agustina y BERLANGA Pablo, Buenas prácticas para la conservación de ecosistemas de montaña, recuperado en <http://www.aconcagua.mendoza.gov.ar/conservacion> (agosto 2011)

BAUDRILLARD Jean (1989), Crítica de la economía política del signo, (8ªed.). Siglo veintiuno editores.

BOURDIEU Pierre (1994), Razones Prácticas. Sobre una teoría de la acción. Ed. Anagrama. Barcelona

BOURDIEU Pierre (1995), Sociología y cultura. Ed Grijalbo S.A. de C.V., México

BOURDIEU Pierre y WACQUANT Loïc J.C. (1995), Respuestas. Por una antropología reflexiva, ed. Grijalbo S.A. de C.V., México.

BRAILOVSKI Elio y FOGUELMAN Dina (1991), Memoria Verde. Historia ecológica de la Argentina, (6ª ed.). Ed. Sudamericana, Buenos Aires.

GALAFASSI, Guido La articulación sociedad-naturaleza y la problemática ambiental: una aproximación a su análisis, ciudad virtual de antropología y arqueología, (Buenos Aires, 2000) recuperado en <http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/guidogalaffasi> (septiembre 2009).

GARCÍA CANCLINI Néstor (1995), La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, en BOURDIEU Pierre, Sociología y cultura. Ed Grijalbo S.A. de C.V., México.

GUDYNAS Eduardo, Concepciones de la naturaleza y desarrollo en América Latina, revista Persona y sociedad, 13 (1) pp.101-125, Santiago de Chile.

GUDYNAS Eduardo y EVIA Graciela (1993), La praxis por la vida. Introducción a las metodologías de la ecología social. Ed. CIPFE Centro de investigación y promoción franciscano y ecológico) CLAES (Centro latinoamericano de ecología social). NORDAN, Uruguay.

LEY provincial 4807 (Mendoza, 1983), Denominación del Parque Provincial Aconcagua.

LEY provincial 6045 (Mendoza, 1993), Régimen áreas naturales provinciales. Ambientes silvestres.

MONTAÑA Elma (2007), Las disputas territoriales de una sociedad hidráulica. Conflictos en torno al agua en Mendoza Argentina, Revista Interamericana de economía ecológica, REVIBEC, vol. 9, pp.: 1-17. Quito, Ecuador: FLASCO.

NATENZON Claudia, SOUTO Patricia, CASTRO Hortensia, RAMA Juan Carlos, GEROSI Luis (1991) Debates I: Canje de deuda externa por naturaleza, revista Realidad económica 102, pp.: 93-104.

PARDO Mercedes (1998), Sociología y medioambiente: estado de la cuestión, en Revista Internacional de Sociología (RIS), 19, pp.: 329-367.

ROSSI Sebastián, Parque Provincial Aconcagua, recuperado en <http://www.aconcagua.mendoza.gov.ar/cuadernillo> (diciembre 2010)

SALINAS CHAVEZ Eduardo (Facultad de Geografía, Universidad de La Habana, Cuba) El desarrollo sustentable desde la ecología del paisaje, recuperado en <http://www.aconcagua.mendoza.gov.ar/cuadernillo> (diciembre 2010).

SEKEL Tibor (1944), Tempestad en el Aconcagua, Ediciones Peuser, Barcelona.

SORIA Federico, Áreas naturales protegidas, recuperado en <http://www.aconcagua.mendoza.gov.ar/cuadernillo> (diciembre 2010).

WILLIAMS Raymond (1980) Marxismo y literatura, Homo Sociologicus 21, ed. Península, (edición original Oxford Press 1977).

www.aconcagua.mendoza.gov.ar (marzo-mayo 2010; diciembre 2010; febrero 2011).

www.babiloo-project.org/diccionario (febrero 2011).

ZEIMER Ilan, Cronología de expediciones a la cumbre, recuperado en <http://www.aconcagua.mendoza.gov.ar/cuadernillo> (diciembre 2010).

INDICE ANALÍTICO

<u>Contenido</u>	<u>Página</u>
Introducción.....	1
Capítulo 1- La legitimación de las “Áreas Naturales Protegidas” (ANP).....	8
1.1-Relaciones sociedad-naturaleza.....	9
1.1.1- Concepciones sobre la naturaleza.....	9
1.1.2- Usos sociales de la naturaleza	11
1.1.3- Usos económicos de la naturaleza.....	13
1.2- Categorías de legitimación.....	14
1.3- Las ANP como espacio social.....	16
Capítulo 2- El caso de Parque Provincial Aconcagua (PPA).....	18
2.1- La doble objetividad del PPA.....	21
2.1.1- El PPA como objeto material.....	21
2.1.2- El PPA como objeto cultural.....	23
2.2- La transfiguración simbólica de los objetos.....	27
Capítulo 3- El PPA (Parque Provincial Aconcagua) como espacio social.....	29
3.1- Las redes y los ámbitos de relación social.....	31
3.2- Los agentes en el espacio y sus relaciones.....	41
3.2.1- Posiciones institucionalizadas y relaciones económicas. Agentes estatales y agentes comerciales.....	42
3.2.2- Posición del visitante: turistas y deportistas. Relaciones económicas y relaciones culturales.....	44
3.2.3- Afinidades y distancias.....	44

Capitulo 4- La legitimación simbólica.....	46
4.1- Las categorías y sus usos.....	47
4.2- La transfiguración simbólica del PPA.....	50
4.3- Definiciones acerca del PPA.....	52
4.4- Relaciones objetivadas en categorías.....	60
4.4.1- Categorías que emergen en los ámbitos de relación social.....	60
Conclusión.....	70
Índice bibliográfico.....	73
Índice Analítico.....	75