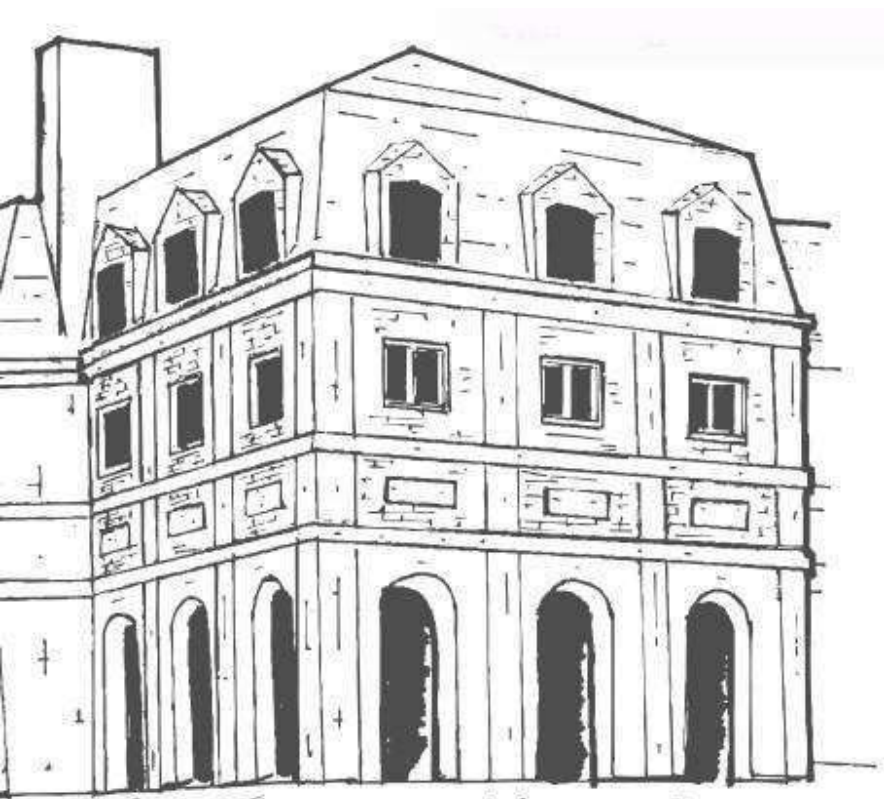


LIBRO DE RESÚMENES

**X Simposio Internacional,
XVI Jornadas de Investigación - Acción en Turismo
(CONDET 2022)**

Mar del Plata, 28, 29 y 30 de septiembre de 2022



Daniela Castellucci
Nadia Roldán
Noelia Padilla
Ignacio Azcue Vigil
Compiladores



FACULTAD *de* CIENCIAS
ECONÓMICAS y SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL *de* MAR DEL PLATA

Libro de Resúmenes

X Simposio Internacional, XVI Jornadas de Investigación – Acción en Turismo (CONDET 2022)

Mar del Plata, 28, 29 y 30 de septiembre de 2022

Daniela Castellucci

Nadia Roldán

Noelia Padilla

Ignacio Azcue Vigil

Compiladores

**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata**

Septiembre 2022

Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas relacionadas con la Enseñanza del Turismo-CONDET

X Simposio Internacional y XVI Jornadas de Investigación : Acción en Turismo : CONDET 2022 : libro de resúmenes / compilación de Daniela Castellucci ... [et al.]. - 1a ed. - Mar del Plata : Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-811-062-2

1. Turismo. 2. Sociedades. I. Castellucci, Daniela, comp. II. Título.
CDD 306.4819



Esta obra se distribuye bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución-
No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

AUTORIDADES

Universidad Nacional de Mar del Plata

Rector: CPN Alfredo Remo Lazzeretti

Vicerrector: Ab. Silvia Berardo

Secretaria Académica: Lic. Daniel Reynoso

Secretario de Ciencia y Tecnología: Dr. Diego Rodríguez

Secretaria de Extensión Universitaria: Lic. María Laura Tejón

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Decana: C.P. Esther Castro

Vicedecano: Dr. Fernando Graña

Secretario Académico: Mg. Fernando Hammond

Secretaria de Investigación: Dra. Carla Daniela Calá

Secretario de Vinculación con el Medio: A cargo del Vicedecano

Secretario de Postgrado: Lic. Daniel Guzmán

Secretaria de Extensión: Lic. María Celeste Morasso

Directora del Área Pedagógica de Turismo: Mg. Ane Miren Diez Alberdi

Secretaria del Área Pedagógica de Turismo: Lic. Alexa Giménez

AUTORIDADES CONDET

Presidente

Lic. Gabriel Koremblit Pellegrini - Director Instituto de Desarrollo Económico e Innovación. Universidad Nacional de Tierra del Fuego

Vicepresidente

Mg. Carlos Espinosa- Decano Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.

Consejeros

Ricardo Serra, Universidad Nacional de Avellaneda

Marcelo Paz, Universidad Nacional de General San Martín

Paula Mabel Diez, Universidad Nacional de la Patagonia Austral

Eduardo Gabriel De Giusti, Universidad Nacional de La Plata

Esther Castro, Universidad Nacional de Mar del Plata

Julieta Andueza, Universidad Nacional de Misiones

Marlene Pedetti, Universidad Nacional de Quilmes

Martin Civitares, Universidad Nacional de Río Negro

Myriam Arraba, Universidad Nacional de San Juan

Gabriel Tognelli, Universidad Nacional de San Luis

Hernán Quesada, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

Mónica Blanco, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Carlos Espinosa, Universidad Nacional del Comahue

Federico Veirave, Universidad Nacional del Nordeste

Cecilia Rodríguez, Universidad Nacional del Sur

Gustavo Marini, Universidad Nacional de Rosario

Adriana Racca, Universidad Provincial de Ezeiza

Susana Laura Vidoz, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco

Miriam Azcurra, Universidad Nacional de La Rioja

Comisiones

Comisión de Investigación: Universidad Nacional de General San Martín

Comisión de Asuntos Académicos: Universidad Nacional de La Plata

Comisión de Extensión: Universidad Nacional de Mar del Plata

COMITÉ ORGANIZADOR

Presidente

C.P. Esther Castro - Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMdP

Miembros del Comité

Mg. Ane Miren Diez Alberdi – Área Pedagógica de Turismo FCEyS

Lic. Alexa Giménez – Área Pedagógica de Turismo FCEyS

Dra. Daniela Calá – Secretaría de Investigación FCEyS

Mg. Bernarda Barbini – Centro de Investigaciones Económicas y Sociales FCEyS

Mg. Ana María Biasone – Maestría en Desarrollo Turístico Sustentable FCEyS

Mg. Violeta Mertens – Vinculación con el Medio y Posgrado FCEyS

Lic. Esteban Zaballa – Subsecretaría de Formación y Organismos Culturales UNMdP

Secretaría Académica

Lic. Ignacio Azcue Vigil

Mg. Daniela Castellucci

Dra. Noelia Padilla

Lic. Cecilia Pallante

Mg. Nadia Roldán

Lic. Amancay Romero Trucco

Lic. Ana Wasserman

Lic. Esteban Zaballa

DECLARACIONES DE INTERÉS

Declarado de interés turístico por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

Declarado de interés turístico por la Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la Provincia de Buenos Aires.

Declarado de interés turístico por el Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata (EMTUR)

Declarado de interés turístico por el Honorable Concejo Deliberante de la Municipalidad de General Pueyrredón

Declarado de interés educativo por el Secretario de Educación de la Municipalidad de General Pueyrredón

AUSPICIANTES

Organización de Estados Americanos (OEA)

Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

Academia Argentina de Turismo (AAT)

Cámara Argentina de Turismo (CAT)

Federación Hotelero Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA)

Asociación de Hoteles de Turismo (AHT)

Asociación de Empresas de Viajes y Turismo de Mar del Plata y Sudeste (AEVYT)

Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Buenos Aires (CPT)

Red de Destinos Turísticos Inteligentes

Instituto Ciudades del Futuro

Municipalidad de General Pueyrredón

Ente Municipal de Turismo

Defensoría del Pueblo – MGP

Asociación Empresaria Hotelero-Gastronómica de Mar del Plata (AEHG)

Mar del Plata Convention & Visitors' Bureau

TABLA DE CONTENIDO

Presentación	15
Trabajos de investigación	
1. Eje Turismo, Políticas y Desarrollo	
EL CICLOTURISMO COMO MODALIDAD TURÍSTICO-RECREATIVA ALTERNATIVA EN BAHÍA BLANCA (BUENOS AIRES, ARGENTINA) <i>Joaquín Goñi, María Ángeles Speake, José Ignacio Larreche</i> <i>Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur - CONICET.....</i>	18
ECOTURISMO Y DESARROLLO LOCAL: LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN SOSTENIBLES DE LOS ALOJAMIENTOS EN CASAS DE FAMILIA. CASO ROQUE PÉREZ <i>Paula Cardozo Pesce, Selva Figueredo, Evelyn Schuster</i> <i>Universidad Provincial de Ezeiza</i>	23
TRANSICIÓN HACIA LA SUSTENTABILIDAD EN LA GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS. CASOS DE ESTUDIO: BAHÍA BLANCA Y CÓRDOBA <i>Daniela Murello, María Paula Gay</i> <i>Universidad Provincial del Sudoeste</i>	28
GOBIERNO DEL TURISMO EN MISIONES: LAS DIFICULTADES DE ESTABLECER UN MARCO NORMATIVO DE INTERÉS COMÚN <i>Emilio Simón, Florencia Banacor Tuzinkievicz, Fernanda Fiorino, Horacio Ramos,</i> <i>Noelia Torres</i> <i>Universidad Nacional de Misiones - Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales....</i>	31
ENSAYO: APORTES DEL CAMPO ACADÉMICO DEL TURISMO AL ORDENAMIENTO DEL FENÓMENO <i>Julieta Andueza, María de los Angeles Alonso, Valeria Do Santos, Anita Minder,</i> <i>Gastón Bazila</i> <i>Universidad Nacional de Misiones - Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales....</i>	36
EXPERIENCIA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TURÍSTICA SUSTENTABLE EN VILLA GESELL (BUENOS AIRES, ARGENTINA) <i>Marcela Bertoni, María José Lopez, Joaquín Testa, Julieta Maffioni, Valeria Faginas</i> <i>Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMDP</i>	42
ACCIÓN ESTATAL Y ACCIÓN COLECTIVA EN TORNO AL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA ZONA SUR DEL PARTIDO DE GENERAL PUEYRREDON (ARGENTINA) <i>Yanina Corbo, Daniela Castellucci, Gonzalo Cruz</i> <i>Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, UNMDP.....</i>	47

TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL PARTIDO DE QUILMES: PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES PARA SU DESARROLLO <i>Marlene Roxanna Pedetti</i> <i>Universidad Nacional de Quilmes</i>	52
EL FUTURO DEL PREVIAJE COMO POLÍTICA TURÍSTICA Y EL DESARROLLO DE LAS ECONOMÍAS REGIONALES <i>Lilian Beatriz García, Marisa Adriana Venuto, Gustavo Zoia</i> <i>Universidad Nacional de Avellaneda</i>	57
LA IMPORTANCIA DE LOS GOBIERNOS Y ACTORES LOCALES PARA GARANTIZAR LA SUSTENTABILIDAD DEL TURISMO RURAL <i>Mara Galmarini, Universidad Nacional de Quilmes</i> <i>Cristina Morales, Universidad Nacional de Lanús, Profesional del Ministerio de</i> <i>Turismo y Deportes de la Nación</i>	61
2. Eje Turismo y Sociedad	
IMPACTOS DE LA PANDEMIA Y LA POSPANDEMIA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO EN SANTA CRUZ, ARGENTINA <i>Mg. Viviana Navarro, Dra. Karina Franciscovic, Lic. Natalia Villanueva</i> <i>Universidad Nacional de la Patagonia Austral, Unidad Académica Río Gallegos</i>	67
¿LOS NEGROS DÓNDE ESTÁN? NARRATIVAS TURÍSTICAS EN TORNO A LA MEMORIA DE LA CULTURA: AFRODESCENDIENTE EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES <i>Ricardo Cortes, Roxana Hruby</i> <i>Universidad Nacional de San Martín, Escuela de Economía y Negocios</i>	73
LA PLAYA COMO ESPACIO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICO-RECREATIVAS ASIMÉTRICAS SEGÚN EL GÉNERO Y LA ORIENTACIÓN SEXUAL. CASOS ILUSTRATIVOS EN LA COSTA ATLÁNTICA BONAERENSE <i>José Ignacio Larreche, Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía y</i> <i>Turismo. (CONICET)</i>	79
ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS EN TURISMO SOBRE EL IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID-19 <i>Carolina Cohen, CONICET – UNTDF/IDEI</i> <i>Mariana Morgavi, Marisol Vereda, UNTDF/IDEI</i>	82
SENTIDOS Y PRÁCTICAS VECINALES ACERCA DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN CHAPADMALAL (BUENOS AIRES) <i>Mariangel Cacciutto,</i> <i>Grupo de Investigación Turismo y Sociedad, CIEyS, UNMDP</i>	87

<p>EL OCIO EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19: LOS TIEMPOS, PRÁCTICAS Y VIVENCIAS DE LOS DOCENTES, ESTUDIANTES Y GRADUADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE MAR DEL PLATA</p> <p><i>María José López, Joaquín Testa, Julieta Maffioni, Marcela Bertoni</i> <i>CIEyS, UNMDP</i>.....</p>	93
<p>LO EFÍMERO Y LO PERMANENTE EN EL TURISMO. PATRIMONIO TURÍSTICO EN HUMEDALES</p> <p><i>Dolores Franzante, Lourdes Fernández, Érica Insaurralde, Josefina Mallo, Stefanía Santovito</i> <i>UNLP, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Investigaciones en Turismo</i></p>	98
<p>SITUACIÓN DE LOS GRADUADOS EN TURISMO: INSERCIÓN LABORAL, COMPETENCIAS Y ALCANCES DEL PROFESIONAL</p> <p><i>Lic. Luciana Prado, (UCES)</i> <i>Lic. Luciana Renzella, (UNLP)</i> <i>Lic. Ezequiel Piccolomini, (UADE)</i> <i>Lic. Ana Carolina Beber, Universidad FASTA</i> <i>Lic. Martha Siri, Universidad del Salvador</i></p>	103
<p>UN ESTUDIO DE RESILIENCIA E INNOVACIÓN EN UN DESTINO TURÍSTICO INTERMEDIO</p> <p><i>Silvia Irene Izquierdo, CONICET, CEA-FCE UNICEN</i> <i>María Isabel Camio, CEA-FCE UNICEN</i>.....</p>	109
<p>PRÁCTICAS RECREATIVAS Y APROPIACIONES ESPACIALES, PRE Y POST PANDEMIA, DE LA COMUNIDAD RESIDENTE DE CHAPADMALAL, PARTIDO DE GRAL. PUEYRREDON (ARGENTINA)</p> <p><i>Mg. Nadia G. Roldán</i> <i>Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, UNMDP</i>.....</p>	114
<p>LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS Y SU CONSTITUCIÓN HISTÓRICA. LA LITERATURA DE FLÂNEURS COMO FUENTE PARA LA HISTORIA DEL TURISMO</p> <p><i>Josefina Mallo, Analía Luján Hernández</i> <i>UNLP, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Investigaciones en Turismo</i> ...</p>	119
<p>LAS PLAYAS EN IGUALDAD DE DERECHOS: INDICADORES FÍSICOS Y SOCIALES DE ACCESIBILIDAD</p> <p><i>Romina Di Meglio</i> <i>UNMDP</i>.....</p>	123
<p>TURISMO Y ESPACIO PÚBLICO: PERCEPCIONES DE LOS ACTORES COMUNITARIOS EN DESTINOS COSTEROS. EL CASO DE LA “ASAMBLEA POR LOS ESPACIOS PÚBLICOS” EN EL PARTIDO DE GRAL. PUEYRREDON (ARGENTINA)</p> <p><i>Lic. Anna Madelein Heimsch, Mg. Daniela Castellucci, Mg. Gonzalo Cruz</i> <i>Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, UNMDP</i>.....</p>	127

3. Eje Turismo, Organizaciones y Servicios

- CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO EN FIESTAS POPULARES
GASTRONÓMICAS PROGRAMADAS, PROVINCIA DE BUENOS AIRES
(ARGENTINA)
Priscila Anyelentesio Tesio, Silvana Soledad Gallucci
Universidad Nacional del Sur 133
- LODGES DE SELVA EN MISIONES: ESTRATEGIAS EN TIEMPOS DE
POSTPANDEMIA
Ariel Alberto Kremar, Liliana María Dieckow, Fernando Gutiérrez
FHyCS, Universidad Nacional de Misiones..... 138
- LA FRANQUICIA COMO MODELO DE NEGOCIO. ESTUDIO DE UN CASO
EXITOSO: BABEL VIAJES EVyT
María Joselina Caruso, Ariadna Tanana, Sofía Calvano
Departamento de Geografía y Turismo, UNS 145
- LA DEMANDA TURÍSTICA DE LAS GRUTAS. UN DESTINO DE SOL Y PLAYA
EN CRECIMIENTO
Ariadna Tanana, María Joselina Caruso, Constanza Sinconi
Departamento de Geografía y Turismo, UNS 150
- ÍNDICES MULTIDIMENSIONALES APLICADOS A LA EVALUACIÓN DE LA
CALIDAD TURÍSTICA PERCIBIDA EN MONTE HERMOSO
Luisina Zuccarini
Departamento de Geografía y Turismo, UNS, Bahía Blanca, Argentina 155
- ### **4. Eje Turismo, Territorio y Patrimonio**
- EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO URBANO EN LA CIUDAD DE
BUENOS AIRES: ALIANZAS Y ESTRATEGIAS EN LA RECONFIGURACIÓN
SIMBÓLICA DE TERRITORIOS RELEGADOS
Mercedes Gonzalez Bracco, CONICET, CIDETUR, EEYN, UNSAM
Triana Sánchez Attanasio, Yazmin Abraham, CIDETUR, EEYN, UNSAM 161
- EL PAISAJE CULTURAL UNA CATEGORÍA DE VALORIZACIÓN
PATRIMONIAL Y TURÍSTICA. ÁREA NATURAL PROTEGIDA EL TROMEN,
NEUQUÉN, PATAGONIA, ARGENTINA
Mónica Beatríz Gelós, Mariela Carolina Marzari, Walter Javier Gatica
Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue 166
- DETERMINACIÓN DE CAMBIOS EN LA VEGETACIÓN EN EMBALSES
ARTIFICIALES CON POTENCIAL TURÍSTICO
Daniela Girolimetto, Pablo Víctor Perepelizin, Agustín Martínez FTU, Universidad
Nacional de San Luis
Elisabet Walker, FICH, Universidad Nacional del Litoral
Diana Tarcetano, DCAyGA, Universidad Nacional de Los Comechingones 170

TURISMO Y TERRITORIO LITORAL. TRANSFORMACIONES EN EL ÁREA FUNDACIONAL DE MAR DEL PLATA. DEL BALNEARIO A LA CIUDAD <i>Graciela Benseny</i> UNMDP.....	176
FRAGMENTACIÓN E INTEGRACIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. DEL CAMINO COSTANERO A LA RUTA PROVINCIAL N° 11 – INTERBALNEARIA <i>Graciela Benseny</i> UNMDP.....	181
VÍNCULOS ENTRE TURISMO, RECREACIÓN Y BIODIVERSIDAD EN EL SECTOR SERRANO SUR DE TANDIL (BUENOS AIRES, ARGENTINA) <i>Silvia Valenzuela, Aldo Ramos, Marcela Galar, Luciana Diéguez, Verónica González, Mariela Safita, Gonzalo Schneider, Ana Suarez</i> CINEA, Facultad de Ciencias Humanas, UNICEN	186
EVALUACIÓN PRELIMINAR DEL POTENCIAL IMPACTO AMBIENTAL DEL TRAIL RUNNING EN EL SECTOR SERRANO SUR DE TANDIL. ARGENTINA <i>Silvia Valenzuela, Aldo Ramos, Marcela Galar, Luciana Diéguez, Verónica González, Mariela Safita, Gonzalo Schneider, Ana Suarez, Luisina Campo</i> CINEA, Facultad de Ciencias Humanas, UNICEN	191
TURISTIFICACIÓN EN MAR DEL PLATA. PARADOJAS EN TORNO A LAS DINÁMICAS PANDÉMICAS DE CONSUMO DE LA CIUDAD <i>Felipe Luis Garcia</i> INHUS, Conicet Mar del Plata.....	196
¿TURISTIFICACIÓN EN SAN CARLOS DE BARILOCHE? <i>Natalia Lorena Marenzana, Martin Herrero, Luis David Villaverde, Jessica Wojtiuk</i> Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Patagonia Argentina	201
ESTUDIO COMPARADO DE LA DIMENSIÓN SOSTENIBLE ENTRE LOS PARTIDOS DE VILLA GESELL Y PINAMAR. UN ANÁLISIS DESDE LOS CRITERIOS DEL CONSEJO GLOBAL DE TURISMO SOSTENIBLE E INDICADORES DE DESEMPEÑO PARA DESTINOS Y SU VINCULACIÓN CON LOS ODS (V2 2019) <i>María Salessi, Luisina Picotto, Lucila Abadías, Daniela Fico</i> Facultad de Ciencias Económicas, UNLP	207
LOS USOS DE LA MEMORIA Y LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICA DEL PATRIMONIO SANMARTINIANO EN LA CIUDAD DE MENDOZA (1932-1943) <i>Cecilia De Simón</i> CONICET, Universidad Nacional de San Juan	214
UN ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO DE VISITANTES EN UN SENDERO DE MONTAÑA EN USHUAIA, TIERRA DEL FUEGO AIAS <i>Lucrecia Villegas, Silvina Cárdenas Romero, Marisol Vereda</i> UNTDF, Ushuaia	218

EL CIRCUITO TURÍSTICO CAMINOS DEL TUYÚ: ¿UNA ESTRATEGIA DE REVITALIZACIÓN TURÍSTICA? <i>Gonzalo Cornejo</i> <i>Universidad de Buenos Aires</i>	223
USHUAIA Y LA ANTÁRTIDA: CONEXIONES PATRIMONIALES COMO EJE PARA EL DESARROLLO DE UNA OFERTA TURÍSTICA TEMATIZADA <i>Giselle Medina, Marisol Vereda, Instituto de Desarrollo Económico e Innovación, UNTDF</i> <i>Mónica Salemme, CADIC-CONICET, Instituto de Cultura Sociedad y Estado, UNTDF</i>	227
DIVERSIFICACIÓN DEL RELATO TURÍSTICO DE USHUAIA, TIERRA DEL FUEGO: LOS CONINTES, ÚLTIMOS RECLUSOS DEL PRESIDIO (1960) <i>Camila Denise Weth</i> <i>IDEI-UNTDF</i>	232
PATRIMONIO, GASTRONOMÍA Y TURISMO: REVALORIZACIÓN DE ALIMENTOS EN LA QUEBRADA DE HUMAHUACA <i>Fabio Mendez, UNJu, UCSE</i> <i>Fernanda Beramendi, UNJu</i> <i>Mónica Montenegro, UNJu, UCS</i>	237
5. Eje Turismo, Educación y Conocimiento Científico	
EVALUACIÓN INTERMEDIA DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE ESTUDIANTES DE PROGRAMAS DE HOSPITALIDAD Y GASTRONOMÍA EN UNA UNIVERSIDAD LOCAL EN TRUJILLO, PERÚ <i>Monica Zegarra-Alva, Diana Durán, Gonzalo de la Fuente de Val Fondo Verde, Universidad Centro Panamericano de Estudios Superiores UNICEPES, México</i>	242
LAS REPRESENTACIONES ESTUDIANTILES DESDE EL IMAGINARIO DOCENTE Y SU INFLUENCIA SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN DE LA MATRÍCULA EN LAS CARRERAS DE TURISMO DE LA FHYCS-UNAM <i>Diana Farias, Mirta González, Silvia Paredes, Marcos Simon, Claudia Wrobel</i> <i>Universidad Nacional de Misiones, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales</i> ...	248
ANÁLISIS COMPARATIVO DE PLANES DE ESTUDIOS DE LAS CARRERAS DE GRADO EN TURISMO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE ARGENTINA <i>Pablo Montero, Luciana Renzella, UNLP</i> <i>Erica Navarro, Universidad Nacional de San Juan</i> <i>Luciana Prado, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales</i>	252
6. Eje Turismo y transformación digital	
DIGITALIZACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN USHUAIA <i>Sergio Chenlo, Silvina Romano, Natalia Soledad Mella, Hernán Quesada, Katherina Carmona</i> <i>Instituto de Desarrollo Económico e Innovación, UNTDF</i>	259

ENFOQUES DE INTELIGENCIA EN LA GOBERNANZA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LA PLATA <i>Leandro Becka, Diego Barrios, Deborah Lobelos, Ana Clara Rucci, Ramiro Lopez Arata</i> <i>Facultad de Ciencias Económicas, UNLP, Instituto de Investigaciones en Turismo ...</i>	264
TECNOLOGÍAS Y NUEVOS SENDEROS INTERPRETATIVOS INTERACTIVOS <i>Lic. Pablo A.Kohen</i> <i>Universidad Nacional de Quilmes.....</i>	270
TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE MISIONES <i>Lic. Valeria Elizabeth Do Santos, Universidad Nacional de Misiones, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.</i> <i>Mg. Andrea Gutauskas, Dra. Marina Zanfardini, Universidad Nacional del Comahue, Facultad de Turismo.....</i>	276
GOOGLE MI NEGOCIO EN TURISMO INFORMACIÓN DISPONIBLE DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE VILLA PEHUENIA Y LAS GRUTAS <i>Andrea Gutauskas, Victoria Maluenda, Dra. Marina Zanfardini</i> <i>Universidad Nacional del Comahue, Facultad de Turismo</i>	282
TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO: ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN MÓVIL “CONCORDIA TURISMO” <i>Seijas Solange, Tisocco Fabián, Franco Juan Pablo</i> <i>Universidad Nacional de Entre Ríos.....</i>	287
TURISMO INTELIGENTE: EXPERIENCIAS EXITOSAS Y REFLEXIONES PARA EL CONTEXTO LATINOAMERICANO <i>Silvia Irene Izquierdo, CONICET, CEA, FCE UNICEN</i> <i>Joaquín Vicente, INI, CEA, FCE UNICEN</i>	292
Experiencias de docencia, extensión y práctica profesional	
EL USO DE LAS IMÁGENES COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA QUE APORTAN A LA ACTIVIDAD PROFESIONAL DE LOS GUÍAS DE TURISMO <i>Mag. Valeria Capristo, Mag. Celina Dabidos</i> <i>Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Humanas, UNICEN.....</i>	298
PROPUESTAS PARA LA ENSEÑANZA DE LA GEOGRAFÍA TURÍSTICA EN EL AULA UNIVERSITARIA. EL ESPACIO TURÍSTICO AFRICANO, UNA APROXIMACIÓN A SU ANÁLISIS A TRAVÉS DE DIFERENTES FUENTES DE INFORMACIÓN <i>María Paula Michalijos</i> <i>Departamento de Geografía y Turismo (DGyT), UNS.....</i>	300

EXPERIENCIA INICIAL DE TRANSVERSALIZACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN UNA ASIGNATURA DE LA CARRERA DE TECNICATURA Y LIC. EN TURISMO

Lic. Ana Wasserman, Mg. Nadia G. Roldán, Lic. Esteban Zaballa, Lic. Valeria Faginas, Lic. Amancay Romero Trucco
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMDP303

A DESCOLONIZAR EPISTEMOLOGÍAS DEL TURISMO

Lic. Mabel Silva, Lic. Paulo Lezcano
UNDTF, Instituto de Desarrollo Económico e Innovación.....306

CÁTEDRA ABIERTA PROBLEMÁTICA CONTEMPORÁNEA DEL TURISMO

Maciel Aldo Daniel, Dieckow Liliana María, Groh Marcelo Daniel
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNaM.....308

UN APORTE A LA TRANSVERSALIZACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LAS CARRERAS DE TURISMO DE LAS UNIVERSIDADES NACIONALES

Lic. Mariela Blanco, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNPSJB
Lic. Ana Wasserman, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMDP311

HUELLAS PATRIMONIALES: UN VIAJE HACIA LA INCLUSIÓN A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA

Ana Clara Rucci, Nela María Sol Ravea, Yamila Itatí Capeletti, Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, UNLP
Luciana Renzella, Agustina Romero, Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, UNLP.....315

LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO-PRODUCTIVO EN EL PARTIDO DE TANDIL A PARTIR DE UNA EXPERIENCIA DE TRANSFERENCIA Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Mg. Valeria Capristo, Carrera de Turismo - FCH - UNICEN
Becaria María Belén Figueroa Martín, Carrera de Turismo, Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos (CIEP), FCH, UNICEN
Becario Esteban Vicente, Carrera de Turismo, Centro de Investigaciones Geográficas (CIG), FCH, UNICEN.....318

INTERRELACIONES ENTRE TURISMO, RECREACIÓN, INTERPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL: UNA PROPUESTA PARA LA RESERVA NATURAL SIERRA DEL TIGRE, TANDIL, ARGENTINA

Silvia Valenzuela, Aldo Ramos, Gonzalo Schneider, Luisina Campo, Julia Peyran, Nazareno González
UNICEN, Facultad de Ciencias Humanas, CINEA320

REVISANDO NUESTRAS PRÁCTICAS EXTENSIONISTAS: EDUCACIÓN, PATRIMONIO Y TURISMO EN LA RURALIDAD

Dra. Valeria Palavecino, FCH-CIEP, UNICEN, CICPBA
Dr. Juan Manuel Padrón, FA, FCH, CIEP, UNICEN323

"CONSTRUYENDO IDENTIDAD EN SANTA CELINA" EXPERIENCIA INTEGRAL DE EXTENSIÓN E INVESTIGACIÓN <i>Lucas Noriega, Evelyn Demichelis, Mg. Daniela Castellucci</i> <i>Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMDP</i>	327
PROMOTORES TURÍSTICOS DE LA CUENCA. UNA EXPERIENCIA DE TURISMO SOLIDARIO Y DE BASE COMUNITARIA EN EL RIACHUELO, LA BOCA, CABA <i>Mariana Sosa, Daniela Scotto D'Abusco, Pablo Reales, Pablo Vanevic, Eliana Domoñi, Rocío Villalba, Sandra Cabral, Facundo Nosach, Jessica Giachello</i> <i>Universidad Nacional de Avellaneda</i>	330
EXTENSIÓN CRÍTICA, TURISMO Y JÓVENES ESTUDIANTES DE LA ZONA OESTE RURAL DEL PARTIDO DE GENERAL PUEYRREDON <i>Lic. Graciela Pompar</i> <i>Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, CEU Zona Oeste Rural, UNMDP</i>	333
LA GESTIÓN PARTICIPATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL DESTINADO A ORGANIZACIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO <i>Lic. Mercedes Alegre, Lic. Natalia Cáceres, Lic. María José Cáceres, Lic. Roberto Bezos, Lic. Sebastián Slobayen</i> <i>Universidad Nacional del Nordeste, Facultad de Artes Diseño y Ciencias de la Cultura FADYCC</i>	337
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN PROVINCIA DE BUENOS AIRES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO: EXPERIENCIA DEL PROGRAMA PBA SUSTENTABLE <i>María Ángeles Speake, Departamento de Geografía y Turismo, UNS, CONICET</i> <i>María Joselina Caruso, Luisina Zuccarini, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur (UNS)</i>	340

PRESENTACIÓN

La Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, con el auspicio del CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas relacionadas a la Enseñanza del Turismo) y ANET (Asociación Nacional Estudiantes de Turismo) ha asumido la organización del *X Simposio Internacional y XVI Jornadas de Investigación – Acción en Turismo (CONDET 2022)*, el cual se realiza en forma conjunta con el *Congreso Internacional de Turismo (ANET)*. Se trata de dos eventos de gran relevancia que nuclean periódicamente a investigadores, docentes, estudiantes, profesionales e integrantes del sector turístico.

El objetivo central del encuentro es estimular y promover un espacio de intercambio, debate, información y construcción de saberes en el campo del Turismo y la Recreación. Desde el ámbito académico se cumple una función central que es la creación de conocimiento, sin embargo, es fundamental que los resultados de las investigaciones puedan llegar a quienes puedan aplicarlos favorablemente. En este sentido, el ámbito del encuentro ha sido, tradicionalmente, una gran oportunidad para intercambiar perspectivas, capacitarse sobre las últimas tendencias y repensar juntos la actividad turística en un mundo de transformaciones.

La presente publicación da cuenta de los resúmenes de las ponencias, evaluados a través de una doble revisión ciega por pares de las universidades nacionales, y presentados de acuerdo a la convocatoria en: trabajos de investigación y experiencias de docencia, extensión y práctica profesional. Desde sus inicios, las reuniones científicas auspiciadas por CONDET han sido efectuadas para dialogar y difundir los resultados de proyectos de investigación y tesis, de grado y posgrado, realizados en las universidades implicadas en la formación y el estudio del turismo. Como así también para presentar las experiencias o buenas prácticas vinculadas a la docencia, extensión y práctica profesional, cuyos resultados han sido relevantes para el medio social-comunitario y la formación profesional.

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

1. Eje Turismo, Política y Desarrollo

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

EL CICLOTURISMO COMO MODALIDAD TURÍSTICO-RECREATIVA ALTERNATIVA EN BAHÍA BLANCA (BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Joaquín Goñi- jokgoni@gmail.com

María Ángeles Speake- angeles.speake@uns.edu.ar

José Ignacio Larreche- joseilarreche@gmail.com

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur - CONICET

Palabras clave: Cicloturismo- Ciclismo recreativo- Ocio y recreación- Turismo de naturaleza.

Introducción

El incremento en la demanda de actividades de recreación al aire libre, especialmente en los últimos años, ha contribuido con el desarrollo de nuevos tipos de turismo, donde el contacto con el medio natural y el vínculo con el patrimonio cultural son fundamentales (Zamorano Casal, 2007). Una de las principales modalidades turísticas que destaca en este contexto es el cicloturismo. Numerosas investigaciones a nivel internacional dan cuenta de la importancia de esta actividad como herramienta de desarrollo local y turístico, debido a que fomenta la desestacionalización de la demanda (Lanuza Fanlo, 2014; Sanz Tamarit, 2016; Segura, 2017), la creación de empresas y nuevos puestos de trabajo (Segura, 2017), la generación de ventajas competitivas frente a otros destinos vacacionales (Lanuza Fanlo, 2014), la mejora de la imagen del destino turístico (Palací Soler, 2013; Lanuza Fanlo, 2014), la promoción del turismo sostenible (Gazzola, Pavione, Grechi y Ossola, 2018), entre otros.

Palací Soler (2013) señala que los atributos que debe poseer un destino para poder estimular esta actividad, incluyen el clima, el paisaje, la tradición ciclista y el saber hacer (know how) turístico. En este sentido, el partido de Bahía Blanca, localizado en el sudoeste bonaerense parece satisfacer todos los requisitos. El clima templado con temperaturas medias anuales entre los 14°C y 20°C (Capelli, Piccolo y Campo, 2005) permite realizar actividades al aire libre durante todo el año. Por otro lado, el heterogéneo mosaico de paisajes naturales y culturales que abarcan desde el ambiente costero-marino hasta el valle del arroyo Napostá y los vestigios de su historia ferro-portuaria ofrecen la posibilidad de realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza, pero también vinculadas a su patrimonio histórico-cultural. La tradición ciclista se evidencia en los numerosos eventos privados organizados para recorrer la ciudad cabecera o llegar hasta localidades próximas, los comercios especializados de venta de insumos para la actividad y el cúmulo de actores involucrados, desde profesionales, ciclistas amateurs y organismos no gubernamentales, como la Federación Ciclista del Sud, fundada en 1929.

Si bien resulta evidente la trascendencia del tema y, en principio, la aptitud de Bahía Blanca para el desarrollo de la actividad, no existen investigaciones académicas en el área de estudio y los datos disponibles son escasos. A escala regional, se destacan estudios en localidades próximas como Cabildo (Frainhaut, 2012), Coronel Pringles (Pettigrew, 2017) y Coronel Dorrego (Gil, 2018). Por todo lo expresado, el objetivo general del trabajo es analizar el potencial turístico-recreativo del ciclismo en el partido de Bahía Blanca, a partir del análisis de la normativa legal, del marco político-institucional, del perfil de demanda y las rutas cicloturísticas más empleadas por los amantes de esta actividad.

Marco teórico de referencia

Existen diversas definiciones sobre esta modalidad turística pero el aporte de Moral-Moral (2016) es uno de los más completos en tanto relaciona las diversas variables que intervienen en su conceptualización, como el carácter deportivo y lúdico, las motivaciones que impulsan el desarrollo de la actividad o el entorno donde se practica. La autora define el cicloturismo como “...la realización de un turismo alternativo y sostenible en el que el disfrute del paisaje o el deseo de vivir una experiencia única en contacto con la naturaleza y el entorno, se convierte en una de las principales motivaciones del turista para su elección, lo que permite combinar la realización de una actividad deportiva y de ocio” (Moral-Moral, 2016:2). En el mismo sentido, Araya y Varas (2018) enfatizan en el carácter autónomo de la actividad, “que emplea la bicicleta como medio de transporte para efectuar recorridos por sitios de interés turístico con libertad y autonomía” (Araya y Varas, 2018:171). Otros autores destacan particularmente la capacidad de esta modalidad turística en la creación de experiencias de calidad, ya que “es una forma de turismo de fuerte valor experiencial, que proporciona contacto directo con un territorio, su cultura, historia y tradiciones” (Gazzola et al., 2018:10). En este sentido, Crespo y Torrentegui (2017) señalan también su carácter social, ya que permite el encuentro entre diferentes personas y genera un lugar o grupo de pertenencia, a través del ocio y lo lúdico, en contacto con la naturaleza.

Metodología

En primer lugar, se realizó una extensa revisión bibliográfica. Se efectuaron encuestas dirigidas a personas que practican ciclismo en el partido de Bahía Blanca (n=129) en julio 2020, con el objetivo de caracterizar el perfil de demanda. Asimismo, se realizaron entrevistas semi-estructuradas a funcionarios municipales (Directora de Turismo y Secretario de Gestión Urbana) y otros actores clave, como miembros de organizaciones ciclistas y guías turísticos. Parte de la información relevada fue presentada a través de gráficos y cartografía temática.

Resultados

Marco legal vinculado a la actividad a nivel nacional, provincial y local

En Argentina, el cicloturismo no se encuentra regulado de manera uniforme. La Ley Nacional de Turismo N° 25.997 sólo menciona el alquiler de bicicletas dentro de otros servicios. Sin embargo, a lo largo de los años, un considerable número de entidades ha comprendido que la demanda de esta modalidad turística está creciendo y es necesario profesionalizarla, a través de su normalización. En este sentido, se destaca su inclusión en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025 y la creación de las normas IRAM-SECTUR 42530/2008 y 42704/2009. Complementariamente, la Ley Nacional de Tránsito y Seguridad N° 24.449 establece desde 1995 la obligación de las autoridades competentes de planificar y construir una red de ciclovías o sendas especiales para la circulación de bicicletas y similares.

En los últimos años, ciertas provincias y municipios del país han legislado leyes y resoluciones que apoyan y promueven el uso de la bicicleta. Se destacan especialmente los casos de Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Ley 2586/2007), San Luis (Ley VII-0845/2013) y Córdoba (Ley 10491/2017). A nivel local, en Bahía Blanca se sancionó la Ordenanza N° 18433/2016 con el objetivo de crear una red de bicisendas y/o ciclovías que articule distintas partes de la ciudad. La misma propone, a su vez, la creación de un “Programa de Concientización y Educación Vial para Ciclistas” a fin de fomentar el uso seguro de este medio de transporte.

Análisis político-institucional

El principal actor público interviniente en la actividad es la Municipalidad de Bahía Blanca, la cual gestiona las diferentes dimensiones que afectan al ciclismo desde distintas áreas de gobierno. Se destaca el rol desempeñado por la Secretaría de Gestión Urbana, encargada de diseñar, crear y mantener los bicarriles y espacios públicos del partido. Entre 2020-2022, la misma concretó la creación de más de 11 km de ciclovías en la ciudad de Bahía Blanca. Actualmente, desde el mes de abril, está a cargo de la construcción de una ciclovía doble mano en el Camino de la Carrindanga, desde calle Uruguay hasta Lestonnac, con un presupuesto estimado de 19,3 millones de pesos. Por otro lado, con el fin de proteger los espacios verdes y combatir el vandalismo, creó recientemente la Unidad de Cuidadores de Plazas y Espacios Públicos, compuesta por 88 agentes municipales (T. A. Marisco, entrevista personal, 23 de julio de 2020).

Caracterización del perfil del cicloturista y ciclista recreativo de Bahía Blanca

Las encuestas realizadas permitieron caracterizar el perfil del cicloturista y ciclista recreativo del partido. El 74% de la muestra se encuentra en un rango comprendido entre 19 y 40 años de edad y el género autopercebido del 73% de los consultados es el masculino. En relación con su ocupación, el 51% son profesionales, el 29% estudiantes, el 15% comerciantes y el 5% se dedica a otras actividades.

En cuanto a la forma de practicar la actividad el 57,24% lo hace de forma individual. La distancia promedio recorrida durante una salida suele ser entre 5-10 km (23,4%), entre 10-20 km (20,3%) y, en menor medida, entre 20-30 km (14,8%) o más de 50 km (14,1%). El porcentaje de ciclistas que recorren menos de 5 km en una salida es significativamente menor (5,5%). Las principales motivaciones incluyen realizar actividad física (35,33%), apreciar paisajes (23,05%) y socializar (20,36%). Las prioridades a la hora de elegir el circuito son la belleza del paisaje (25,91%), el estado de los senderos (21,26%) y la seguridad vial (17,61%). Finalmente, en relación a las rutas más recorridas del partido, los encuestados señalaron predominantemente el Camino a la Carrindanga (41,38%), seguido en menor medida por Aldea Romana-Barrio Patagonia (9,20%), Camino de la Hormiga (8,81%), Villarino Viejo (8,43%) y el centro histórico (6,51%).

Análisis de los servicios, infraestructura y equipamiento turístico

El principal proveedor de servicios del partido es la localidad de Bahía Blanca. La ciudad dispone de 2200 plazas hoteleras y capacidad de más de 4500 cubiertos. En lo concerniente al transporte de pasajeros, dispone de una terminal de ómnibus, donde operan más de 20 empresas de larga distancia a todos los puntos del país; un aeropuerto, que realiza conexiones directas con cinco destinos nacionales y una estación ferroviaria, que ofrece servicios hacia la capital federal y destinos intermedios con tres frecuencias semanales.

Aquí es dable señalar también el equipamiento e infraestructura vinculado específicamente al uso de la bicicleta como medio de movilidad sustentable. En Bahía Blanca existe una red de bicarriles y senderos, que totalizan 17 km de extensión. Los bicarriles cuentan con señalización horizontal realizada con pintura, señalización vertical mediante cartelería y división de las ciclovías con tachas reflexivas y/o delineadores verticales. Recientemente se incorporaron espacios de estacionamiento público en intersecciones clave, con bicicleteros con capacidad para 10 rodados.

Principales rutas cicloturísticas

Se caracterizan, a continuación, principales rutas empleadas:

Camino de la Carrindanga: es el circuito más realizado, enmarcado en el valle del arroyo Napostá Grande. Comienza en calle Florida, toma el Camino de la Carrindanga hasta llegar al Puente Canesa. El recorrido consta de 40,6 km en superficie casi plana, con una duración de 2 horas y dificultad intermedia.

Aldea Romana - Barrio Patagonia: el recorrido comienza en el Parque Campaña del Desierto, se dirige hacia el Parque Independencia, llega hasta el Barrio Patagonia y continúa hacia el autódromo Ezequiel Crisol. En este circuito se puede apreciar el ex fortín creado durante la Campaña del Desierto en 1833, actualmente refuncionalizado en una estancia. Finalmente se retorna por Avenida Cabrera. El circuito presenta dificultad intermedia, abarca 19,5 km con pendiente acentuada en determinadas zonas, la mayor parte del circuito se realiza sobre asfalto y la duración aproximada es de 1 hora.

Camino de la Hormiga: este circuito también comienza en calle Florida, continua por la Carrindanga hasta llegar al Cementerio Parque de Paz, donde toma un camino rural alternativo hacia la estación de tren La Víticola. El retorno se realiza por el Paseo de la Mujer, aquí se puede visitar el Museo de Ciencia y Técnica y se recorren el Paseo Lineal y la Plaza de los Lápices. Es un trayecto de gran dificultad, de 68,5 km sobre caminos de tierra con grandes pendientes y tiene una duración de 3 horas y 30 minutos. Requiere preparación avanzada.

Villarino Viejo: la salida comienza en el Parque de la Ciudad y continúa hasta llegar al bar Landa Chico. Posteriormente se toma un camino rural que se dirige a la Estación Alférez San Martín y, luego, hacia General Daniel Cerri. Durante el trayecto se puede apreciar el arroyo Villarino y dentro de la localidad se puede visitar el Museo Fortín Cuatros y la “Pulpería de Lucanera”. Desde el muelle costero se puede realizar observación de avifauna marina. El trayecto presenta una dificultad elevada ya que comprende 59 km, en caminos de tierra de gran pendiente, por lo que requiere preparación avanzada.

Centro histórico: este circuito comienza en la Plaza Rivadavia y recorre el centro de la ciudad de Bahía Blanca, caracterizado por la presencia de numerosos edificios declarados “Monumento Histórico Nacional”. Se dirige a la estación ferroviaria Bahía Blanca Sud y continúa sobre un sendero de tierra bordeando las vías férreas hasta el Parque Boronat. De allí se toman las ciclo vías que recorren los paseos Napostá y de las Esculturas. En el último tramo se puede apreciar el Parque de Mayo y la Universidad Nacional del Sur. En la intersección con la Avenida Alem se efectúa la vuelta hasta llegar al Teatro Municipal y retomar la Plaza Rivadavia nuevamente. El recorrido presenta una dificultad intermedia, con una duración de 2 horas.

Conclusiones

En Bahía Blanca se observa un creciente compromiso en el uso de este medio sustentable, a partir del desarrollo de políticas públicas para acondicionar espacios verdes, crear ciclo vías y bicisendas y mejorar la seguridad vial, mediante campañas de educación y concientización de la población local. Por otro lado, a partir del relevamiento realizado, se constata que el partido cuenta con una gran variedad de recursos naturales y culturales que sirven de sustento para la práctica de la actividad. En base a las encuestas realizadas, se identificaron los principales circuitos, que permiten apreciar la enorme diversidad de paisajes existentes (urbano, rural, serrano, costero-marino), en recorridos de distinto nivel de dificultad. La existencia, a su vez, de altos valores estéticos, históricos y ecológicos en ellos, potencian la realización de actividades complementarias durante las salidas, como la observación de flora y fauna, fotografía, acampe, visita a museos, entre otras. Se

concluye que el partido de Bahía Blanca cuenta con los atributos necesarios para realizar ciclismo como actividad turístico-recreativa alternativa. Un adecuado trabajo entre el municipio y los demás actores relacionados con la actividad podría consolidar el posicionamiento de Bahía Blanca como destino de referencia para la práctica cicloturística dentro del sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

Referencias bibliográficas

ARAYA, S. y VARAS, C. (2018). Cicloturismo como alternativa estratégica para la promoción del turismo sustentable de localidades rurales del Valle de Elqui, Chile. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 2 (14), 170-188.

CAPELLI, A. M., PICCOLO, M. C. y CAMPO, A. M. (2005). *Clima urbano de Bahía Blanca*. Capital Federal: Dunken.

CRESPO, C. B. y TORRONTEGUI, A. C. (2017). El cicloturismo: compartir el camino y celebrar la llegada. En Libro de Actas 12º Congreso Argentino de Educación Física y Ciencias, Argentina, Ensenada.

GAZZOLA, P., PAVIONE, E., GRECHI, D. y OSSOLA, P. (2018). Cycle Tourism as a driver for the sustainable development of little-known or remote territories: the experience of the Apennine regions of northern Italy. *Sustainability*, 6(10), 1863. <https://doi.org/10.3390/su10061863>

GIL, N. (2018). Los atributos del partido de Coronel Dorrego para el desarrollo del cicloturismo. Directora María Isabel Haag (Tesis de grado inédita). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

LANUZA FANLO, A. (2014). “El cicloturismo como producto turístico innovador en la provincia de Huesca”. Directora Silvia Abella Garcés. (Trabajo de fin de grado inédito). Universidad de Zaragoza. Facultad de Empresa y Gestión Pública.

MATO I PALÓS, E. y TROYANO, X. (2014). *El impacto económico del cicloturismo en Europa. Síntesis de los principales estudios realizados*. Unión Europea.

MORAL-MORAL, M. (2016). El desarrollo del cicloturismo como una modalidad turística sostenible. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 21.

SANZ TAMARIT, I. (2016). “Análisis del cicloturismo en Mallorca”. Director Eugeni Aguiló. (Tesis de grado inédita). Departamento de Economía Aplicada, Universidad de las Islas Baleares.

SEGURA, J. I. (2017). “Análisis de la evolución de la oferta y demanda del cicloturismo en Mallorca”. Director: Tomás Lejarraga. (Trabajo final de grado inédito). Universitat de Les Illes Balears, Palma de Mallorca. Facultat de Turisme.

Eje Temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

ECOTURISMO Y DESARROLLO LOCAL: LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN SOSTENIBLES DE LOS ALOJAMIENTOS EN CASAS DE FAMILIA. CASO ROQUE PÉREZ

Paula Cardozo Pesce- pcardozo@upe.edu.ar

Selva Figueredo- sfigueredo@upe.com.ar

Evelyn Schuster- eschuster@upe.edu.ar

Universidad Provincial de Ezeiza

Palabras clave: Desarrollo local- Turismo sostenible- Ecoturismo- Alojamiento en casa de familia (ACF)- Planificación sostenible.

Introducción

En el marco del Convenio firmado entre la Universidad Provincial de Ezeiza y la Municipalidad de Roque Pérez, se realiza una investigación madre la cual fue planificada como sustento teórico para futuras líneas de investigación pertinentes a la temática, por lo que se podría decir que es un trabajo que se encuentra abierto a líneas prosectoras. El trabajo se realiza dentro del paradigma de desarrollo sostenible.

Se busca describir la actividad de Ecoturismo y Turismo Comunitario en la localidad de Roque Pérez y la potencialidad de la gestión de alojamiento en casas de familia para el desarrollo a través de la conceptualización de estas actividades dentro del paradigma de la sostenibilidad en Argentina y el mundo, la caracterización de los alojamientos en casa de familia y su normativa, la identificación de estándares de calidad que permitan gestionar este tipo de alojamiento en la localidad de Roque Pérez y la consideración de beneficios económicos, sociales y ambientales que puede conllevar su implementación.

Los deseos de los turistas contemporáneos se orientan al contacto directo con las comunidades que visitan y al conocimiento y aprendizaje de sus vivencias y costumbres. La ponderación de estos intereses corresponde a los fundamentos del Ecoturismo y del Turismo Comunitario. Estas prácticas turísticas dan nacimiento a un nuevo tipo de alojamiento, homestay o alojamiento en casa de familia (ACF).

La investigación indaga acerca del ACF y cómo esta actividad ecoturística con base comunitaria impulsa y colabora al desarrollo económico y social de una comunidad.

Se relevan distintas experiencias en el mundo y en Argentina con sus respectivos contextos regulatorios. Esos casos relevantes ayudan a analizar la incidencia de este tipo de prácticas en las comunidades locales. Luego, se identifican los beneficios que aportaría la implementación de un sistema de gestión de ACF en Roque Pérez.

En una segunda parte del trabajo se profundiza la importancia de una planificación integral, se resalta la importancia del trabajo mancomunado entre diferentes actores, la cooperación cómo clave para tejer redes para un desarrollo equilibrado y, además la pospandemia como oportunidad de emprender en la ruralidad y espacios naturales. Se propone una regulación municipal para los ACF a fin de favorecer una gestión confiable y transparente, como así también la creación de un manual de buenas prácticas para los ACF que incluye requisitos de inscripción, estándares, recomendaciones, procedimientos de calidad higiene y seguridad, así como buenas prácticas amigables con el medio ambiente que sirva de modelo para futuras localidades que deseen implementarlo.

Marco teórico de referencia

Con base en el ecoturismo y turismo comunitario, el alojamiento en casa de familia es vista como una actividad turística sustentable, por ello indagamos acerca de sus comienzos y cómo fue surgiendo en diferentes lugares. Los ACF hacen un aporte para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible ya que colabora con la reducción de la pobreza, genera mayor bienestar de las familias y las comunidades que lo ejercen, fomenta la igualdad de género, otorga la posibilidad de empoderamiento de las mujeres y potencia a los grupos más desfavorecidos, promueve la inclusión, el desarrollo sostenible, genera empleo, crecimiento e integración económica, especialmente, en el lugar de origen y reduce las desigualdades sociales.

La regulación se diferencia según los países, algunos solicitan requisitos para la inscripción y habilitación de los ACF y, otros, establecen estándares que colaboran a mejorar la calidad, seguridad y a combatir la ilegalidad. Argentina no posee una normativa federal sobre la regulación de homestay, sin embargo, en varias provincias existen lineamientos de gestión basados en ordenanzas municipales, aunque no hay una uniformidad de requisitos y características. Todavía hay necesidad de considerar cuidadosamente esta actividad, para reducir los impactos negativos para alcanzar el propósito de desarrollo sostenible comunitario.

La planificación sostenible comprende un factor clave para alcanzar un desarrollo local y, por consiguiente, la mejora de la calidad de vida de los residentes resaltando la armonía de la equidad social, el desarrollo humano, la protección ambiental, entre otros.

Metodología

La propuesta metodológica para la primera parte es cualitativa, con relevamiento y análisis de bibliografía, junto con la realización de entrevistas en profundidad a tres de los seis alojamientos en casas de familia que se encuentran vigentes en la localidad de Roque Pérez, en el período junio-julio del año 2020. Para la segunda parte, periodo de agosto- septiembre del 2021, se llevaron a cabo entrevistas a dos funcionarios locales de RP y a un prestador de alojamiento turístico, además de encuestar a un total de treinta prestadores turísticos de la localidad para entrever la realidad de la situación local.

Resultados y conclusiones

Con este trabajo, se identifican una serie de beneficios que la implementación de un sistema de alojamiento en casas de familia representa para un destino y su comunidad: el asentamiento de una economía circular con base en una equidad comercial; la inclusión y preservación de los valores socioculturales y la preponderancia de un desarrollo sostenible. También se puede considerar como una herramienta capaz de acrecentar el desarrollo de un Turismo Comunitario.

De su análisis resultante, se obtienen lineamientos para poner en valor los aspectos locales en la construcción del destino turístico, con elementos claves para asegurar el éxito de las políticas de gestión del territorio. Además, el surgimiento de propuestas de herramientas que aportan a la gestión y la planificación sostenible.

También se observa que los alojamientos en casa de familia pueden tener impactos negativos, los cuales hay que tratar de aminorar. Algunos de ellos pueden atentar contra la autenticidad como, por ejemplo, la modificación de la infraestructura. Esta transformación suele ser positiva por la incorporación de confort y mejora en los ambientes, pero debe mostrar y conservar los valores identitarios, cuidando de no perder su esencia. Por tanto, se debe tener cuidado en no tratar de adecuar sus manifestaciones culturales a los deseos del turista.

Otro aspecto a tener en cuenta, es controlar la capacidad de carga de los lugares para que no se transforme en un turismo de masas y entonces, generar impactos negativos en la comunidad.

Por otra parte, el trabajo señala que la implementación de un sistema de gestión de ACF sugiere una serie de beneficios para el municipio, ya que puede considerarse como un instrumento de promoción de Ecoturismo de base comunitaria en la región. También da paso a recomendaciones y propuestas que puedan potenciar este tipo de sistema de gestión: como una ordenanza municipal que regule la actividad, un Manual de Buenas Prácticas para los ACF, Capacitaciones sobre Calidad, Higiene y Seguridad, entre otras. A modo de cierre, se sugiere la realización de nuevas investigaciones a fin de complementar la información recabada en este trabajo, como así también la propuesta desde diferentes enfoques que brinden nuevas miradas y perspectivas. En una nueva línea de análisis se propone ahondar en la relación entre los actores de relevancia en la actividad, los residentes locales y los turistas.

Referencias bibliográficas

Aghon G., Alburquerque F., Cortés, P. (2001) *Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina: Un Análisis Comparativo*. Santiago de Chile: CEPAL/GTZ

Albuquerque, F. (2008). *Desarrollo económico local, descentralización y democracia*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/ClipConectaDEL/desarrollo-econmico-local-descentralizacin-y-democracia>

Alcañiz, M. (2008). *El desarrollo local en el contexto de la globalización*. Revista de Cs. Sociales Convergencia, pp 285-315.

Algranati, S., Buno, D. y Iotti, A. (2012) *Mapear actores, relaciones y territorios. Una herramienta para el análisis del escenario social*. Recuperado de: http://www.periodismo.undav.edu.ar/asignatura_cc/csb06_diseno_y_gestion_de_politic_as_en_comunicacion_social/material/algranati1.pdf

Arocena, J. (s/f). *El desarrollo local frente a la globalización*.

Arroyo, D. (s/f). *Los ejes centrales del desarrollo local en Argentina*.

Benseny G, (2004) Turismo y sociedad el rol de los actores socio-institucionales en la gestión del turismo en centros urbanos del interior de la provincia de Buenos Aires. Universidad nacional de Mar del Plata. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/1710/1/01402.pdf>

Betsy Barnet, Vicen.(2018). Mapeo de actores claves del alojamiento turístico en Santa Clara. Trabajo de Diploma.Biblioteca Universitaria “Chiqui Gómez Lubian” de LasVillas. Carretera a Camajuaní. Km 51/2. Santa Clara. Villa Clara. Cuba. Recuperado de: <https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/11222>

Boisier (2005). *¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?* Revista de la Cepal N°86.

Cardoso, F. (s/f). *Consecuencias sociales de la globalización*.

Cardozo Pesce, P., Figueredo, S. y Schuster, E.,(2019) *Ecoturismo y Turismo Comunitario: Alojamientos en casa de familias - Roque Pérez – 2019*. Recuperado de: <https://www.eae-publishing.com/catalog/details/store/gb/book/978-620-3-88401-2/ecoturismo-y-turismo-comunitario?search=ecoturismo>

Catálogo de Turismo Rural elaborado por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.catalogotc.gba.gob.ar/>

Díaz (2017). Turismo y desarrollo local. Revista Pasos, volumen 15, N°2, pp. 333-340.

Dunjó, J. y Servalli, N., (2021) Actores clave de Turismo Sostenible. Estudio de caso: San Telmo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 40, 49 – 84. Recuperado de: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/11743>

Fontela Montes, E. (s/f). *Globalización y desarrollo local*. Revista Valenciana D'estudis Autonòmics, N°21. Extraordinario XXIII, reunión de estudios regionales.

Gallo, G. y Fernández, S. *Espacios de capacitación e intercambio de experiencias de Turismo Rural para el desarrollo de los pequeños pueblos entrerrianos*. Recuperado de: http://graciela.gallo.com/wp-content/uploads/2017/10/GALLOresumen_CasoEnse%C3%B1anza2017.pdf

Gutiérrez, García, Lima (2014). *Consideraciones sobre indicadores de desarrollo sostenible en las universidades*. Cuaderno del contrato social por la educación N°10, pp. 88-100. Ecuador.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, Pilar (2010) *Metodología de la investigación*. 7ma y 5ta edición.

Inostroza, G. (2008). *Aportes para un modelo de gestión sostenible de turismo comunitario en la región andina*. Gestión turística N°10.

Linares, M., Morales, G. (2014). *Opiniones y ensayos del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo*. Revista Pasos, vol 12, N°2, pp.453-466.

López Palomeque, F. (2007). *Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos*. Turismo y sociedad, vol 18, pp. 51-68. Bogotá, Colombia.

Marchena, M., Rosabal, P., Salinas, E. (1993). *Planificación y desarrollo del Ecoturismo*. Estudios turísticos, n°119-120, pp. 39-58.

Ministerio de producción, ciencia e innovación tecnológica (2021). *Informe diagnóstico. Plan provincial de turismo rural y periurbano*.

Morales Pérez, M. (2006). *Desarrollo local sostenible*. La Habana, Cuba.

Ordenanza 1221-CM-02 de 2002 [Municipalidad de San Carlos de Bariloche]. Descripción sintética, modificar Art. 30 y 32 de la ordenanza 422-CM-90 lotes baldíos. 15 de agosto de 2002.

Ordenanza 12.163 de 2019 [Municipalidad de San José de Gualeguaychú]. Reglamentación de alojamientos turísticos. 3 de noviembre de 2017.

Ordenanza 33793 de 2008 [Municipalidad de Concordia]. Alojamientos Turísticos Regulación. 09 de diciembre de 2008.

Ortiz, M. de los A., Matamoro, V. y Psathakis, J. (2016) *Guía para confeccionar un mapeo de actores*, Bases conceptuales y metodológicas. Fundación Cambio Democrático. Recuperado de: <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/3806>

Osorio García, M. (2006). *La planificación turística. Enfoques y modelos*. Quivera, vol 8, N°1, pp.291-314. Toluca, México.

Pardellas de Blas, X., Padín, C. (2004). *La planificación turística sostenible: un análisis aplicado al municipio de Caldas de Rois*. Revista Galega de Economía, vol 13, N°1-2, pp.0. Santiago de Compostela, España.

Phélan, C. (2011). *Revisión de índices e indicadores de desarrollo*. Revista de Ciencias Sociales, vol 6, N°1, pp. 69-95.

Poggiese. (2009). *Planeamiento participativo y gestión asociada*. Sociedad, economía y política en la Argentina contemporánea. Buenos Aires, Argentina.

Pozo Solís, A (2007) *Mapeo de actores sociales*. Recuperado de: <https://dpp2012.files.wordpress.com/2012/08/05-pozo-solc3ads.pdf>

Ramírez Hernández, O., y Cruz Jiménez, E., (2018). *Un acercamiento al capital social y al turismo desde el enfoque mixto y mapeo de actores*. Recuperado de: <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/3806>

Rebollo, N. (2012). *Ecoturismo*. Red Tercer Milenio, México.

Vanegas Montes, G. (2006). *Ecoturismo: instrumento de desarrollo sostenible*. Proyecto de monografía para optar el título de Especialista en Gestión Ambiental. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Vera Rebollo, F. (1992). *La dimensión ambiental de la planificación turística: una nueva cultura para el consumo turístico*. Papeles de geografía, N°18, pp. 195-204.

Werther, W., Davis, K. (2008). *Capacitación y desarrollo*. Administración de RRHH, el capital humano de las empresas, pp. 252-280. México: Mc GrawHill.

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

TRANSICIÓN HACIA LA SUSTENTABILIDAD EN LA GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS. CASOS DE ESTUDIO: BAHÍA BLANCA Y CÓRDOBA

Daniela Murello- dmurello@upso.edu.ar

María Paula Gay- mpgay@upso.edu.ar

Universidad Provincial del Sudoeste

Introducción

La disposición de los residuos sólidos urbanos (RSU en adelante) constituye actualmente un problema mundial de muy alta relevancia debido a la constante y creciente cantidad de residuos generada por la población y a la parcial biodegradabilidad de los mismos. Históricamente, la disposición se ha hecho enterrando los residuos sin ninguna clasificación previa en lugares dispuestos para tal fin. En el último siglo, particularmente en las últimas décadas, con el incremento de la población mundial y el avance de la sociedad de consumo, la cantidad de residuos a disponer ha aumentado en forma constante y continúa de modo exponencial. (Moisés, 2019) En este sentido, el crecimiento turístico también se relaciona directamente con la intensificación en la generación de RSU. Según diferentes estudios, un turista produce hasta dos veces más basura que un residente.

Ante la necesidad de disminuir el volumen de los RSU, y con la intención de promover la sustentabilidad en el turismo, se pretende comprender la situación de la gestión de RSU generados en hoteles de categoría superior. El objetivo del trabajo se acota a dos grandes ciudades donde la oferta de alojamiento se basa en los hoteles: Bahía Blanca y Córdoba. En ambos destinos la actividad turística se establece como un área prioritaria de desarrollo de turismo urbano.

De esta forma, se podrán mostrar resultados concretos, que permitan ser punto de partida para nuevas líneas de gestión, con el fin último de lograr destinos turísticos sustentables y responsables en el manejo de sus RSU.

Marco teórico de referencia

Alojamiento turístico hotelero

El alojamiento turístico es aquel servicio de hospedaje mediante contrato al público, por períodos no menores al de una pernoctación, con o sin prestación de servicios complementarios como alimentos y bebidas, entretenimiento, etc. El alojamiento turístico se clasifica en hotelero y extrahotelero. La principal diferencia radica en que los establecimientos hoteleros presentan una administración común o centralizada y habitaciones independientes (Di Muro Pérez, 2013).

En particular, el hotel es aquel alojamiento que presta al pasajero, mediante contrato de hospedaje, los servicios de gastronomía, recepción, portería y personal de servicio, de acuerdo a la categoría que expresamente se indiquen. Los hoteles pueden categorizarse entre una y cinco estrellas. Cuantas más estrellas, mayor cantidad de habitaciones, plazas, espacios comunes y servicios ofrecidos al huésped. Además, en algunas reglamentaciones se considera la opción de añadir la denominación superior a la categoría establecida, por ejemplo: 5 estrellas superior. Asimismo, los hoteles pueden clasificarse por la forma de agrupación, es decir, pueden ser independientes o pertenecer a una cadena hotelera. De

acuerdo con el tamaño, la cantidad y la calidad de servicios, se define la organización de un hotel por departamentos y funciones. Los departamentos más comunes son: recepción, ama de llaves, alimentos y bebidas, mantenimiento, seguridad, marketing y ventas y recursos humanos (Sixto Báez, 2005). Es importante mencionar que los hoteles son considerados grandes generadores de residuos. El elevado número de huéspedes que reciben, la magnitud de las instalaciones, la cantidad de servicios que ofrecen, unido a la diversidad y complejidad de los tipos de residuos que generan, hacen imprescindible que estas instalaciones cuenten un adecuado plan de gestión de residuos. En este sentido las empresas turísticas y hoteleras deberían tomar en consideración la importancia de llevar a cabo prácticas amigables con el medio ambiente y responsables con la comunidad social (Boullón, 2003).

Gestión integral de residuos sólidos urbanos

Los RSU en adelante, mal conocidos como “basura”, se producen en los núcleos de población y constituyen un problema para el hombre desde el momento en que su generación alcanza importantes volúmenes y, como consecuencia, empiezan a invadir su espacio vital o de esparcimiento. Los RSU se definen como aquellos elementos, objetos o sustancias generados y desechados, producto de actividades realizadas en los núcleos urbanos y rurales, comprendiendo aquellos cuyo origen sea doméstico, comercial, institucional, asistencial e industrial no especial, asimilable a los residuos domiciliarios (Fundación Canarias Recicla, 2019).

Por un lado, según la procedencia y la naturaleza de los RSU se pueden definir como: domésticos, voluminosos, comerciales y de servicios o de limpieza de vías y áreas públicas. Por el otro, las características de los RSU determinan la clasificación de los mismos y consecuentemente, su manipulación y operación. Algunas de las características relevantes a tener en cuenta son: densidad aparente: masa por unidad de volumen, porcentaje por unidad de masa, composición cualitativa, composición cuantitativa y caracterización química. En términos generales, los RSU están compuestos principalmente por residuos orgánicos, papel, plásticos, metales y vidrios. Es decir, los RSU acumulados y abandonados de una forma incontrolada, crean una evidente problemática ambiental, contaminando los medios receptores (aire, suelos y aguas), afectando el paisaje con la consiguiente depreciación del terreno y deterioro del entorno.

La GIRSU comprende las etapas de generación, disposición inicial, recolección, transferencia, transporte, tratamiento y disposición final. De la misma forma, busca promover la valorización de los residuos, a través de la implementación de métodos y procesos adecuados, disminuyendo los residuos con destino a disposición final y minimizando los impactos negativos que estos residuos puedan producir sobre el ambiente (Guerrero, 2013).

Metodología

El presente proyecto responde a una investigación de enfoque cualitativo con elementos cuantitativos. La propuesta de trabajo está orientada a los hoteles de categoría superior que se encuentran emplazados en el micro centro de las ciudades de Bahía Blanca y Córdoba. El nivel de diseño de la investigación es descriptivo, detallando en forma objetiva y precisa las características del fenómeno estudiado. El objetivo del mismo es comprender la situación de la gestión de los RSU en hoteles de categoría superior en los destinos turísticos urbanos de Bahía Blanca y Córdoba, a los fines de determinar los elementos a considerar en los lineamientos de un plan de gestión integral de los mismos.

En principio se realiza una etapa de diagnóstico. A partir del entendimiento de la problemática, se diseña el trabajo de campo con especial énfasis en lograr el diseño de

una metodología para caracterizar los RSU, en función de su naturaleza, provenientes de los hoteles de 4 y 5 estrellas en Bahía Blanca y Córdoba. En este sentido, es conveniente dividir los establecimientos hoteleros en áreas según los departamentos: recepción, ama de llaves y alimentos y bebidas.

En cuanto a la definición de técnicas e instrumentos para obtener datos y alcanzar los objetivos propuestos, se recopilará información a través de fuentes primarias:

- Encuestas cerradas en los hoteles de categoría superior
- Entrevistas personales y semiestructuradas a informantes clave

Asimismo se consideran fuentes secundarias como bibliografía general y específica, datos estadísticos, normativa vigente y casos similares en otros destinos turísticos. La información obtenida es sistematizada, analizada y comparada entre los destinos turísticos de Bahía Blanca y Córdoba.

Resultados y conclusiones

A partir del trabajo de investigación se ha obtenido una descripción pormenorizada de:

- (1) la oferta de alojamiento hotelero en las ciudades de Bahía Blanca y Córdoba;
- (2) las normas y los programas vinculados a la GIRSU y al alojamiento sustentable en las ciudades de Bahía Blanca y Córdoba, las provincias de Buenos Aires y Córdoba y la argentina;
- (3) la gestión de RSU en los hoteles de cuatro y cinco estrellas en Bahía Blanca y Córdoba.

Las principales conclusiones a las cuales se han arribado son similares entre los dos destinos turísticos abordados. Por un lado, a pesar de existir normativa vigente tanto a nivel local, como provincial y nacional, la misma no es aplicada con rigurosidad. Por otro lado, los gerentes de los establecimientos hoteleros, contrariamente a manifestar interés por el cuidado del medio ambiente y aplicar ciertas medidas en función de ello, no conocen o no consideran los programas, ni los manuales, ni los procedimientos específicos existentes sobre GIRSU en hoteles.

Así, se observa que, con la intención de promover la sustentabilidad en el turismo, aún es necesario concientizar a todos los actores del sector para lograr un sistema de gestión sostenible en los aspectos turismo y medio ambiente.

Referencias bibliográficas

- BOULLÓN, R. (2003) Ecoturismo y sistemas Naturales Urbanos. Argentina. Ediciones Turísticas.
- DI MURO PÉREZ, L. (2013) Manual práctico de recepción hotelera. México. Editorial Trillas.
- FUNDACIÓN CANARIAS RECICLA (2019) Manual de gestión de residuos en establecimientos turísticos. España. Fundación Canarias Recicla.
- GUERRERO, L. A. (2013) Solid waste management challenges for cities in developing countries. Waste Management, pp. Vol: 33, Issue: 1, Page: 220-32.
- MOISÉS, J. (2019) Valorización integral de residuos del circuito gastronómico de la ciudad de Bahía Blanca. Tesis magister en ingeniería ambiental. Universidad Tecnológica Nacional.
- SIXTO BÁEZ, C. (2005) Hotelería. México. Secsa.
- TARLOMBANI, S. (2005) Turismo y sustentabilidad, entre el discurso y la acción. Estudios y Perspectivas en Turismo, 14, 222 - 242.

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

GOBIERNO DEL TURISMO EN MISIONES: LAS DIFICULTADES DE ESTABLECER UN MARCO NORMATIVO DE INTERÉS COMÚN

Emilio Simón - emiliosimon.turismo@gmail.com

Florencia Banacor Tuzinkievicz - florenciabanacor@hotmail.com.ar

Fernanda Fiorino - fernandafiorino@hotmail.com

Horacio Ramos - horaciodamianramos@hotmail.com

Noelia Torres - noeliatorres@gmail.com

Universidad Nacional de Misiones - Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Palabras clave: Gobierno del turismo- Política turística- Ley provincial de turismo- Interés público- Planificación estratégica.

Introducción

La presente ponencia da cuenta de resultados parciales del proyecto de investigación en curso, denominado “Tensiones subyacentes al proceso de trabajo legislativo de la ley provincial de turismo entre los años 1995 y 2020. Provincia de Misiones, Argentina”. Dicho estudio se origina ante la ausencia de una normativa específica que organice e impulse la actividad turística, al tiempo que procure disminuir los impactos negativos que la misma genera en el territorio provincial.

Resulta paradójico que, al mismo tiempo, el turismo sea considerado uno de los ejes prioritarios de desarrollo de la provincia de Misiones - el tercero después de la foresto industria y la yerba mate - y cuyo crecimiento ha sido de más del 500% en los últimos 11 años, según se expone en un informe elaborado por el Instituto Provincial de Estadística y Censos y el Ministerio de Turismo Provincial¹. Crecimiento que resulta en un aporte importante para la economía provincial, si se lo compara con otras actividades igualmente relevantes.

En este sentido, la sanción de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 del año 2005, ha reconocido e instituido al turismo como un eje de desarrollo a nivel federal. Como sostienen Schenkel y Almeida García (2015), esta normativa que reemplazó a la antigua Ley 14.574 de 1958, constituye un hecho institucional de enorme relevancia (p. 18).

Sin embargo, la antigüedad que poseen otras normativas tales como la Ley Nacional de Alojamiento (N° 18.828) y la de Agencias de Viajes (N° 18.829), ambas de la década del 70, suponen una gran debilidad para regular la compleja trama del turismo actual, ante la emergencia de servicios ligados a la “economía colaborativa” en el sector de alojamientos y alquileres temporales, o el desarrollo vertiginoso de plataformas online de comercialización de servicios turísticos sin intermediación, competencia directa para las agencias de viajes tradicionales.

Desde una perspectiva más amplia, se asume que el turismo es un fenómeno social que impacta a otros actores sociales no ligados directamente a la prestación de servicios. Si bien la generación de empleos es un beneficio ponderable, los destinos pueden enfrentarse a problemáticas muy severas como la gentrificación, la pérdida de valores y elementos identitarios de su cultura local, el despojo al acceso y disfrute de atractivos por parte de sus residentes, entre otros. Si a esto se suma la ausencia de un gobierno de turno

¹ Disponible en: <https://economis.com.ar/la-actividad-economica-vinculada-al-turismo-en-misiones-crecio-5605-en-once-anos/>

respecto a las responsabilidades que le compete como planificador, fiscalizador y generador de políticas turísticas, el agravamiento de los impactos puede ser mayor aún.

Teniendo en cuenta este escenario, durante los últimos 30 años se han presentado en la Cámara de Representantes de Misiones un total de 8 proyectos de Ley Provincial de Turismo y otros tantos de estrecha vinculación, que en su amplia mayoría datan del periodo 1995 al 2007, elaborados por diputados de distinto signo partidario. Ninguno de ellos logró ser aprobado en el recinto legislativo, pese al impulso recibido por cámaras empresarias, de comercio e incluso desde el sector académico de la Universidad Nacional de Misiones. Por tanto, este estudio supone el reconocimiento de la existencia de tensiones sustentadas en intereses contrapuestos, a partir de la complejidad propia del fenómeno turístico, por lo que se hace necesario en esta instancia inicial, un estudio exhaustivo tanto de las normativas vigentes como de los proyectos presentados.

A partir de lo expuesto, se presentan a continuación los objetivos del estudio que - exclusivamente - remiten a esta ponencia:

Objetivo General: Analizar las tensiones provocadas por los intereses subyacentes al proceso de aprobación de una Ley Provincial de turismo, en la provincia de Misiones entre los años 1995 y 2020.

Objetivos específicos:

- Sistematizar los proyectos de ley de turismo presentados ante la Legislatura de la provincia de Misiones entre los años 1995 y 2020.
- Contextualizar y comparar los mismos con los planes nacionales, provinciales y municipales correspondientes al mismo periodo.

Marco teórico de referencia

El tema que aborda la investigación presenta algunas singularidades que hacen a su especificidad, por lo que no se han encontrado estudios que se aboquen especialmente al eje en cuestión. Sin embargo, es dable reconocer que la temática se encuentra altamente vinculada a aspectos de la Política, el Desarrollo y la Planificación.

Desde la ciencia política, Velasco (2016) plantea la necesidad de distinguir con claridad conceptos que a su entender son trabajados muchas veces de manera homóloga, o al menos confusa. Tales conceptos son “gobierno del turismo”, “política turística”, “planificación turística” y “gestión pública del turismo”. Debe decirse al respecto que, si bien tales nociones se encuentran interrelacionadas, la confusión que deviene de sus definiciones limita las discusiones teóricas del caso.

El primer concepto remite a las funciones jurídicas y capacidades políticas para la gestión de lo común. Respecto a este punto la autora reflexiona que las capacidades que tiene un gobierno son las de elegir demandas y decidir además respecto de la adjudicación de recursos escasos, la coordinación de objetivos y la incorporación de voces de todos los sectores representados. De este modo, el gobierno del turismo² debe asumir “la iniciativa política principal en el ámbito de su territorio; ejercer la dirección, coordinación y supervisión de las administraciones públicas que dependen de él; gestionar las crisis; desempeñar el liderazgo social y asumir la representación simbólica” (Pérez Royo, 2014 en Velasco, 2016, p. 2).

² Se debe señalar que cuando la autora refiere a la idea de “gobierno” no expone con claridad a los poderes que lo integran. Por ello, desde el equipo de investigadores se considera necesario hacer una mención especial al Poder Legislativo, en tanto debe propiciar la diagramación de normativas que exhiban políticas claras de funcionamiento en una sociedad.

El segundo concepto, la política turística, “sería el conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan actores gubernamentales - en ocasiones en colaboración con otros sectores - con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con el turismo” (Velasco, 2016, p. 4). Como objetivos más comunes en las políticas turísticas se destacan: promover el crecimiento de la actividad o mantenerse en un determinado nivel de competitividad, generar espacios de concertación de los diversos actores implicados, incentivar la investigación y formación de recursos humanos, entre otros. Por su parte, para su consecución, la autora sugiere los instrumentos organizativos, vinculados al entramado institucional: las estructuras político administrativas tradicionales, las estructuras ejecutivas dependientes de las anteriores y las estructuras de cooperación público - privada. Otra herramienta mencionada son las normas, que por esencia generan derechos y obligaciones.

Respecto del tercer concepto, la gestión pública del turismo, la autora refiere a un momento posterior y lo vincula a la puesta en marcha de las decisiones tomadas previamente, que se circunscriben al ámbito ejecutivo. Su principal fin, apoyada en Brugué y Subirats (1996), es “proponer mejoras en los diseños organizativos, las estructuras, los procesos o las técnicas de gestión en dichas organizaciones” (Velasco, 2016, p. 6).

Finalmente, el cuarto concepto, la planificación turística, se vincula con el saber experto y se aleja de la política. En relación a la misma, menciona los “avances” que se observan en términos de la tendencia a la planificación estratégica y participativa.

A efectos de clarificar los enfoques que posee la planificación orientada al turismo, se apela a la clasificación propuesta por Osorio García (2006), tanto por su utilidad, como por el reconocimiento de la autora en la temática. Retomando a Getz (2003), la autora propone cuatro enfoques: el enfoque desarrollista, el enfoque económico, el enfoque espacial y el enfoque estratégico. Aquí vale decir que, a pesar de las miradas que posee cada uno en torno a la planificación (con mayor o menor participación local, más o menos enfocada al mercado, con mayores o menores cuidados en torno al ambiente, etc.) existen aspectos vinculadas al rol, responsabilidad, funciones y herramientas del Estado en estos procesos, que se encuentran ausentes - o al menos disimulados - más allá de breves referencias a la política turística.

A partir del último enfoque planteado por Osorio García (2006), la planificación se transformó en estratégica y participativa, con una mirada desde el desarrollo local. Ello implicó una inversión de sentido, colocando al centro turístico como un ámbito privilegiado y otorgando el peso de las decisiones en la propia población, para que luego ascienda en la estructura de poder. Dicha planificación posee amplios antecedentes académicos, combinando - en la mayoría de los casos - la mirada desde abajo, la metodología estratégica, el ideario del turismo sustentable y la teoría del desarrollo local. Investigadores reconocidos en la temática son Alburquerque (1997, 2004), Poma (2000), Boissier (2001, 2005), Dachary (1994, 1996), Madoery (2001), Mantero (1997, 2000), Boullón (1994), Bosch y Suárez (2008), Bosch y Merli (2012), Otero (2006), Villar (2007), entre otros.

Más allá de diferencias en cuanto a miradas, ejes que se profundizan, e inclusive aspectos ideológicos subyacentes que se observan entre estos autores, puede decirse que la academia ha contribuido mucho a la consolidación de este modelo más participativo y de construcción social de acuerdos necesarios para convenir en una meta y caminos comunes. También se reconoce como problemática la ausencia de marcos regulatorios que propugnen una adecuada intervención del Estado para garantizar la participación, mitigar los impactos negativos de la actividad, potenciar los efectos positivos, o resguardar el patrimonio. Como señala Yasnikovski (2016) apoyada en Vazquez

Barquero (1988), “la aparición de estas iniciativas de desarrollo económico local dependió esencialmente de los agentes territoriales, mediante la concertación de esfuerzos diversos” (p. 7), lo que puede haber modificado las representaciones en torno a las funciones del Estado, y contribuido así a su lenta desaparición.

Retomando la idea del “interés común” como baluarte de las políticas a implementar por el gobierno del turismo, resulta oportuno recuperar la perspectiva de Correa Fontecilla (2006) quien señala que al interés común como “un principio esencial del sistema político y un concepto básico de la acción político-administrativa, fundamentalmente porque debe definirse por las instituciones públicas de decisión normativa y ejecutiva, dando satisfacción a las necesidades o expectativas de la comunidad, concretarse dentro del ámbito de competencia previsto por la constitución y la ley, concebirse y ejecutarse mediante un debido proceso, con participación de la comunidad y segmentos sociales involucrados, y evitar los conflictos de intereses contrapuestos” (Correa Fontecilla, 2006, p 6).

Ahora bien, en un Estado de Derecho cobra fundamental relevancia la función legislativa, en tanto garante y consolidador del interés público. Para ello, los legisladores deberán tener la capacidad prospectiva de decidir respecto del futuro, en función de los antecedentes existentes.

Metodología

Se trata de un estudio de corte explicativo, que combina métodos analíticos y sintéticos, en conjugación con el deductivo y el inductivo. La estrategia de abordaje es de tipo cuanti-cualitativo, basado en el análisis de datos primarios y secundarios. Para ello se apelará a entrevistas, encuestas y a fuentes documentales, sobre las que se aplican técnicas de análisis de discurso.

Ahora bien, en el caso particular de la presente ponencia, resulta necesario decir que se centra en el análisis de dos fuentes documentales antes referidas: los proyectos de ley provincial de turismo presentados ante la Legislatura en el periodo comprendido en el proyecto, y el PFETS Argentina 2016. Vale aclarar que, si bien metodológicamente el universo de análisis se restringe a la provincia, en el marco de un proyecto de investigación que trabaja aspectos normativos, resultaba necesario analizar las vinculaciones existentes con los contextos federales.

De este modo se presentará un análisis comparativo de cada uno de los proyectos de ley antes mencionados, destacando particularmente las propuestas relativas a organismo de aplicación; consejo asesor de turismo; registro de prestadores turísticos; fondos provinciales para el turismo y protección al turista. Son estos los grandes temas que se encuentran presentes en cada uno de los proyectos presentados, lo que permite suponer que fueran entonces, las preocupaciones más difundidas entre los actores del turismo provenientes del sector público, privado y académico, al menos en lo que se refiere a necesidades de reglamentación de la actividad.

Por otro lado, se ha analizado el primer documento del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016. Partiendo de un análisis de conflictos y potencialidades regionales trabajados desde una metodología participativa y federal, presenta sus primeros acuerdos, ideas fuerza, estrategias, encuadres programáticos y proyectos pre identificados.

Resultados y conclusiones

Una primera conclusión a la que permite arribar el estudio realizado muestra las grandes coincidencias existentes en términos de las preocupaciones del sector turístico, que debieran ser afrontadas para su resolución. En particular se menciona en los diversos

campos de actuación del PFETS - en los que actuaban distintos representantes de los sectores público, privado y académico - la ausencia o falta de actualización de normativas propias del campo, aspecto éste que fuera mencionado explícitamente.

Más allá de este primer aspecto, para el que no pareciera necesario un estudio pormenorizado, vale anticipar otros recurrentes entre los participantes: la falta de campañas de concientización, la falta de fiscalización, la marginalidad del sector turístico en los gobiernos provinciales, la falta de articulación entre los distintos sectores, la falta de continuidad de políticas públicas propias del fenómeno, la ausencia de incentivos fiscales y de crédito para el fomento de la inversión turística, entre otros que no se destacan en función de su baja correlación con los anteproyectos de ley estudiados.

Ahora bien, estos temas que aquí se mencionan sin excepción, son abordados desde una perspectiva propositiva en los proyectos de ley provincial, por lo que valdría preguntarse cuántos de estos temas podrían estar en vías de solución de haberse aprobado alguno de los proyectos presentados. Sin embargo, se anticipa también que la selección de los temas en relación a las propuestas realizadas en el Plan, muestra una tendencia a la nacionalización de las problemáticas antes mencionadas, lo que permite inferir alguna de las razones que explican el vaciamiento del rol del Poder Legislativo Provincial en la regulación de la actividad.

Referencias bibliográficas

CORREA FONTECILLA, J. (2006): Algunas consideraciones sobre el interés público en la Política y el Derecho. En *Revista española de control externo*. 8 (24), 135-161. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2254414>

SHENCKEL, E. y ALMEIDA GARCÍA, F. (2015): La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina. En *Revista Scielo*. 23 (46). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532015000200008

OSORIO GARCÍA, M (2006): La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera*. 8 (1), 291-314. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=40180113

VELASCO, M. (2016): Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*. 14 (3), 577-593. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PASOS48.pdf>

YASNIKOWSKI, J. (2016): Plan integral de las 600 hectáreas, Puerto Iguazú, Misiones, Argentina. *Revista La Rivada*. N°6. Recuperado de <http://www.larivada.com.ar/index.php/ediciones-anteriores/39-numero-6-julio-2016/editorial-6/32-editorial-la-rivada-6>

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

ENSAYO: APORTES DEL CAMPO ACADÉMICO DEL TURISMO AL ORDENAMIENTO DEL FENÓMENO.

Julieta Andueza- julietaandueza@yahoo.com.ar

María de los Angeles Alonso- alonso_maria68@hotmail.com

Valeria Do Santos - valeria.dosantos@outlook.com

Anita Minder- minder.anita@gmail.com

Gastón Bazila- gastonbazila@hotmail.com

Universidad Nacional de Misiones - Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Palabras Clave: Política turística – Campo académico – Vaciamiento legislativo del turismo.

Introducción

El ensayo reflexiona en torno al modo en que el campo académico del turismo aporta, fundamentalmente desde el ámbito de la planificación, en relación a los instrumentos que posee el Estado para encauzar, impulsar y ordenar al ámbito privado del turismo, como para fomentar los impactos positivos del fenómeno, al tiempo que se prevén y mitigan los negativos. Es producto del proyecto de investigación en curso, denominado “Tensiones subyacentes al proceso de trabajo legislativo de la ley provincial de turismo entre los años 1995 y 2020. Provincia de Misiones, Argentina”, aunque no da cuenta de avances, comienza una discusión necesaria al interior del campo académico argentino, más allá de las referencias localizadas. La formulación del proyecto de investigación, las consecuentes revisiones disciplinares y los antecedentes de los miembros del equipo, han motivado consideraciones más expandidas que el ámbito provincial, por lo que resulta interesante compartir y debatir al respecto.

El nudo del problema se encuentra en la prácticamente inexistencia de regulación en torno al turismo actual. La ley más reciente –a nivel nacional- data del año 2005¹, contando como marcos regulatorios previos, las aún vigentes Ley Nacional de Alojamiento (N° 18.828) y la de Agencias de Viajes (N° 18.829), de la década del 70 - más allá de algunas actualizaciones parciales posteriores-. Esta realidad deja espacios vacíos, en la compleja trama del turismo actual. Schenkel y Almeida García (2015) mencionan que “La sanción de la nueva Ley Nacional del Turismo (...), constituyen los hechos institucionales de mayor relevancia en cuarenta años (...)” y agregan, citando a Capanegra (2011) que “... el proceso de institucionalización del turismo como estrategia de política económica y factor de desarrollo se inicia con la aprobación de la Ley 14.574 en 1958 y se consolida con la Ley 25.997 en 2005.” (p. 18), antecedente que también es destacado por Kuper, et. al. (2010) en Velasco (2016). Esto muestra una alta valoración respecto de la capacidad de impulso, regulación y promoción de objetivos pretendidos que poseen estas herramientas.

En la provincia de Misiones se presentaron, durante el periodo estudiado, 8 (ocho) proyectos de Ley de Turismo². Sin embargo a la fecha y pese a existir una mayoría constante durante veinte años, no se ha aprobado ninguno de ellos. Además, desde el

¹ Ley Nacional de Turismo 25.997, más allá de la de Turismo Estudiantil 26208, que modifica la 25599

² Luego, en 2021 se sumó uno más.

ejecutivo provincial, se impulsó la planificación del turismo³ ya desde 2001⁴ -así como en algunos municipios-, cuyos efectos son cuestionados sobre todo a nivel de su capacidad de aplicación. Yasnikowsky (2016), presenta los hechos más significativos que justifican la consolidación del turismo en las agendas políticas provinciales y municipales, al tiempo que concluye tras su estudio en el ámbito de Puerto Iguazú que:

“... en muchos casos, (...) la estrategia de desarrollo se encuentra imbricada y/o disimulada con intereses particulares de tipo económico y empresarial en la élite gobernante. En estos casos, los intereses individuales se imponen sobre miradas o lógicas cooperativas y sociales, priorizando las necesidades individuales antes que las colectivas.” (p. 18)

1. A nivel nacional vale recordar el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS 2005), y sus sucesivas actualizaciones; el Programa de Fortalecimiento y Estímulo de Destinos Emergentes (PROFODE 2004); así como tantos otros de diversas provincias argentinas. Se observan intenciones de legislar el fenómeno, así como de planificarlo, sin embargo los resultados, son menores.

2. Así, los ejes abordados en el particular, refieren a los aportes que desde la academia se realizan desde y a la planificación, y las dificultades en torno al establecimiento del bien común vinculado a las acciones de regulación.

Desarrollo

Sector académico y planificación:

El campo de investigación en turismo de Argentina entre los años 2001 y 2018, muestra una amplia preeminencia de estudios de casos aplicados, encuadrados en la temática de la planificación, desde la perspectiva del desarrollo local y/o sustentable⁵. A la luz de muchos años de producción académica y gubernamental – con mayor o menor participación intersectorial, y desde diversos niveles-, vale coincidir con Varisco (2008), quien respecto de los planes diagramados considera que la cantidad que han sido implementados, es menor. Al respecto además argumenta que “los vaivenes políticos generaron que los documentos quedaran archivados en los cajones de alguna oficina municipal” (p. 90).

3. La planificación del turismo, ha sido fortalecida –aun con diversos enfoques-, a partir de no existir discrepancia entre sus principales impulsores, respecto de su importancia fundamental como herramienta de poder y control frente al fenómeno. Investigadores reconocidos en la temática, con enfoque en el Desarrollo Local como Alburquerque (2004), Poma (2000), Boissier (2001), Dachary (1996), Madoery (2001), Boullon (1994), Bosch y Merli (2014), Villar (2007), entre muchos otros, plantean como eje central la posibilidad que este enfoque le otorga a las comunidades locales, en términos de decidir el modelo de desarrollo turístico deseado. Más allá de diferencias en cuanto a miradas, ejes que se profundizan, o aspectos ideológicos subyacentes que se observan entre ellos, puede decirse que la academia ha contribuido mucho a la consolidación de este modelo más participativo y de construcción social de acuerdos necesarios para convenir en una meta y caminos comunes.

³ El auge por la planificación del turismo se extiende al país en general desde el sector público, aspecto que además se refleja en las producciones del ámbito académico.

⁴ Plan Estratégico de Turismo CONSULTUR. Ejemplo de “plan libro”

⁵ NIDING, M et al: (2017): Un aporte para la reflexión epistemológica del campo de investigación en turismo. La Rivada. Volumen IX. Sec. de Investigación y Posgrado. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. UNaM.

4. El estudio de estos autores, muestra el acuerdo respecto de las dimensiones que tal paradigma integra –política, institucional, cultural, ambiental y económica-, así como la necesidad de intervención del Estado. El aspecto político institucional es sostenido como indispensable. Sin embargo es dable notar que ha sido poco profundizado, o al menos con la complejidad propia de tal arena. Quizás una explicación sea la sugerida por Varisco (2008) quien reconociendo su relevancia, sostiene que “necesariamente confluye en la necesidad de profundizar la práctica democrática, pero en realidad esto implica la percepción del territorio como espacio de confrontación y lucha de poderes que pocas veces se traduce en consenso.” (p. 35)

Muchos investigadores demuestran la necesidad de planificar los destinos turísticos, y los gobiernos –desde el ejecutivo- se han hecho eco de tal consigna. Sin embargo en esta empresa, parece necesario problematizar algunos conceptos cuya complejidad radica en su aparente obviedad. ¿Se planifica la oferta turística –vale decir, pensando sólo en ella y desde la lógica racional-, o se la planifica en función del destino? Esta pregunta inicial, situada en la especificidad disciplinar, debe en principio ser pensada en un contexto mayor que desande los enmarañados caminos del bien común.

¿Ha participado el sector académico en un mayor empoderamiento del poder ejecutivo –a través de la planificación-, en desmedro del legislativo? La definición del bien común o bien público, que se indica como la finalidad de la legislación en términos genéricos, se constituye pues en el resultado de un juego o una lucha por el establecimiento de la práctica legítima, cuya resolución no encuentra aún, modo de viabilizarse, por cuanto la constante se repite.

La poca presencia del Poder Legislativo en el proceso de toma de decisión, implica que las mismas sean tomadas desde el ejecutivo, generando normativas volátiles, posiblemente representativas de algún particular interés, que dificulta el proceso de consolidación social y con ello, las posibilidades de desarrollo. En todo proceso de articulación, señalan Bosch y Merli (2014), “también entran en juego las diferentes posibilidades de acceso a los recursos y el hecho de retener parte del poder político.” (p. 70)

Interés público y política turística.

Parfraseando a Cassese (1994), el establecimiento del interés público se da en las administraciones modernas, a partir de una cierta discrecionalidad dada por la elección entre más de una opción, que opera fundamentalmente basada en la ley o algunas medidas administrativas, y se liga a la necesidad del hombre de vivir en sociedad. Así, el interés público se asimila por un lado, a la noción de derechos -aunque sea a efectos de establecer sus límites-, y por otro a la equidad, lo que le otorga solidez.

Los intereses colectivos que pasan a ser públicos buscan en sus representantes – miembros de alguno de los poderes del Estado-, el apoyo requerido para la consecución de tal fin. Cuando ese interés público es percibido como congruente con una situación que resulta beneficiosa para la sociedad en su conjunto, se otorga legitimidad a la norma por ser interpretada como equitativa. Así concluye Correa Fontecilla, (2006), que el interés público es:

...un principio esencial del sistema político y un concepto básico de la acción político-administrativa, fundamentalmente porque debe definirse por las instituciones públicas de decisión normativa y ejecutiva, dando satisfacción a las necesidades o expectativas de la comunidad, concretarse dentro del ámbito de competencia previsto por la constitución y la ley,

concebirse y ejecutarse mediante un debido proceso, con participación de la comunidad y segmentos sociales involucrados,... (p. 6.)

Respecto de la política del turismo, menciona Velasco (2016) que el objetivo de un enfoque relacional u holístico, “tiene como principal objeto de indagación el proceso legítimo que faculta a algunos actores a tomar decisiones colectivas e imponerlas al resto. Es decir, lo político, la gestión de lo colectivo o la distribución del poder, son sus preocupaciones básicas.” (p. 9). Por ello, sugiere preguntarse en manos de quién se encuentra el poder en el caso del turismo, a quiénes afectan más en términos de pérdidas y ganancias los distintos modelos turísticos, qué objetivos tienen las acciones que se diseñan o llevan a cabo desde los organismos públicos, o qué instrumentos se usan más comúnmente en la consecución de los mismos.

5. La autora además, plantea la necesidad de una distinción clara entre conceptos que a su entender son trabajados muchas veces de manera homóloga. Son los de gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo, los que más allá de estar interrelacionados, son distintos y su confusión, limita las discusiones teóricas. Para el caso particular, la problemática se centra en las dos primeras nociones. ¿Cuáles son las capacidades reales que posee un plan, de gravar a los sectores involucrados en la consecución del bien común? ¿Se está apelando entonces sólo al altruismo para el desarrollo de comunidades, regiones o países?

6. ¿Cómo influyen los intereses más o menos particulares en la disputa por la determinación del interés público, plasmado en el gobierno y en las políticas públicas? Las legislaturas de cada nivel en la Argentina cumplen varias funciones, aunque particularmente interese aquí el de representación de mayorías y minorías en las discusiones necesarias para el establecimiento del bien común. El intento de parecer objetivo conociendo la imposibilidad de tal encomienda, ¿no es acaso una decisión política?

Conclusiones

El turismo, en tanto hecho social total⁶, requiere de superar la mirada netamente racional –en términos económicos-, para entender que la planificación no puede hacerse en función del concepto de oferta turística⁷, sino en la compleja trama relacional del destino. En un Estado de Derecho, es el Poder Legislativo un importante garante del interés público.

¿Cómo se establece el bien común en un contexto en el que las tensiones particulares priman? ¿Cómo promover la inversión en turismo para el desarrollo de las localidades receptoras, minimizando impactos indeseados? ¿Es la planificación –regularmente asociada al poder ejecutivo- la única herramienta que debemos promover desde la academia para enfrentar tal encomienda?

Quizás sea tiempo de comenzar a mostrar la necesidad de sustentar los planes que se promueven desde el sector académico, en normas y leyes que otorguen certezas, contención, previsibilidad y capacidad de realización a largo plazo, habida cuenta particular, de la complejidad del fenómeno particular. Al decir de Capanegra (2008): “(...) el orden social que seamos capaces de elegir y construir como también las fuerzas

⁶ MAUSS, M. (1924-1925). Divisions et proportions des divisions de la sociologie. L'année sociologique. Nueva serie, tomo 2, 98-176.

⁷ Los conceptos de oferta turística y sus metodologías de relevamiento más expandidas en la academia – caso CICATUR, por ejemplo-, proponen un recorte que tiende a distanciar la comunidad local de la trama que se pretende poner sobre la mesa.

motrices que lo constituyan, en gran parte, dependen y son condicionados por las ideas epistémicas que se adopten” (p. 17)

Referencias bibliográficas

ALBUQUERQUE, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local*. Programa AREA-OIT en Argentina. Organización Internacional del Trabajo. Buenos Aires, Argentina

BOISSIER, S. (2001): *Desarrollo local: ¿de qué estamos hablando?* Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo global. Vazquez Varquero y Madoery (compiladores). Homo Sapiens, Rosario

BOSCH, J.L y MERLI, C (2014): *La articulación en el proceso de las políticas públicas en el turismo*. En Revista realidad, tendencias y desafíos en turismo. Año XIV. Vol 12. EDUCO

BOULLON C., Roberto, (1994): *Planificación del Espacio Turístico*, México: Trillas.

CAPANEGRA, A. (2008): *La invención del desarrollo turístico. Genealogía de un dispositivo de poder*. Revista Digital del IX Jornadas Nacionales y III Simposio Internacional de Investigación acción en Turismo. CONDET. Universidad Nacional de San Juan.

CASSESE, S. (1994): *Las bases del Derecho administrativo*. Traducción de Luis Ortega, Colección Estudios del Instituto Nacional de Administración Pública, Madrid. Pp 342 a 348

CORREA FONTECILLA, J. (2006): *Algunas consideraciones sobre el interés público en la Política y el Derecho*. En Revista española de control externo. Vol 8, N° 24. Pp 135-161. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2254414>

DACHARY, A. (1996): *Desarrollo sustentable, turismo y medio ambiente en el Caribe ¿Una opción válida?* En Estudios y perspectivas en turismo, Buenos Aires, CIET, Vol. 5, N° 3. Pp 18-51

MADOERY, O (2001): *Actores territoriales y Política de desarrollo endógeno*. En APORTES para el Estado y la Administración Gubernamental. Publicación de la Asociación de Administradores Gubernamentales. Buenos Aires, Año 8, N° 8. Pp 81-95

POMA, L. (2000): *La nueva competencia territorial*. En Territorio, Conocimiento y Competitividad de las empresas: el rol de las instituciones en el espacio global. Fabio Luscherini y Lucio Poma (Compiladores). Cap. 2. Madrid, Miño y Dávila.

SHENCKEL, E. y ALMEIDA GARCÍA, F. (2015): *La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina*. En Revista Scielo. Vol 23. N° 46. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532015000200008

VARISCO, C. (2008): *Desarrollo turístico y desarrollo local. La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Tesis de maestría. http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

VELASCO, M. (2016): *Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo*. Pasos. Vol. 14, N° 3. 577-593. <http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PASOS48.pdf>

VILLAR, A. (2007): *Políticas municipales para el desarrollo económico-social: revisando el desarrollo local*. Fundación Centro Integral Comunicación, Cultura y Sociedad. CICCUS. Buenos Aires.

YASNIKOWSKI, J. (2016): *Plan integral de las 600 hectáreas, Puerto Iguazú, Misiones, Argentina*. Revista La Rivada. N°6. <http://www.larivada.com.ar/index.php/ediciones-antteriores/39-numero-6-julio-2016/editorial-6/32-editorial-la-rivada-6>

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

EXPERIENCIA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TURÍSTICA SUSTENTABLE EN VILLA GESELL (BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Marcela Bertoni- marber@mdp.edu.ar

María José Lopez- lopezmj@mdp.edu.ar

Joaquín Testa- joaquintesta@hotmail.com

Julieta Maffioni- julietamaffioni@mdp.edu.ar

Valeria Faginas- valefaginas@gmail.com

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras clave: Plan Estratégico - Villa Gesell – Investigación acción participativa - Turismo sustentable.

Introducción

El escenario turístico actual demanda una mirada crítica del contexto, signado por nuevas contingencias y la necesidad de un posicionamiento sólido de los destinos turísticos, en términos de competitividad territorial.

En consecuencia, el requerimiento de la actividad turística es dotar a los destinos de herramientas que les permitan ser más conscientes de su realidad, para otorgarle margen de maniobra en sus decisiones. Por tanto, el desafío es propiciar espacios de gestión basados en la construcción colectiva de saberes y en la reflexión sobre la complejidad de esta situación y los procesos de transformación requeridos.

En este marco, ante la iniciativa política del gobierno local, el municipio de Villa Gesell, ubicado en el litoral bonaerense, propició un proceso de planificación turística, dado que hacía ya casi veinte años que no se realizaba un plan de estas características. De hecho, el contexto actual demandaba una actualización orientada a fortalecer la funcionalidad turística y ambiental de los destinos del Partido. Por ello, se propuso la formulación de un plan estratégico que definiera un proceso de intervención consensuado y concreto, con cursos de acción razonables. El plan fue coordinado y facilitado por investigadores de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

El Plan Estratégico de Turismo de Villa Gesell tuvo como propósito comprender las perspectivas de los distintos actores sociales y precisar los problemas y objetivos comunitarios que el proceso de planificación turística debería tener en cuenta en una agenda de trabajo a mediano y largo plazo.

El objetivo del presente trabajo es presentar el proceso de Investigación-acción participativa llevado a cabo para la realización del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Villa Gesell, que se basó en un trabajo coordinado (Universidad y Municipio) e integral que puso en acción diversas técnicas de manera simultánea para su elaboración.

En el sector público, la perspectiva estratégica permite identificar las mejores alternativas respecto de cómo se asignan los recursos y su impacto en lo social para mejorar las condiciones de vida.

Marco teórico de referencia

La planificación estratégica constituye una herramienta adecuada para atender a la necesidad de planear respuestas con el propósito de enfrentar el escenario actual y futuro. Tiene como finalidad el desarrollo de acciones que conduzcan a alcanzar los objetivos proyectados para un periodo de tiempo concreto. Según Armijo (2009), es un instrumento clave para la toma de decisiones en las instituciones públicas.

En términos generales, la difusión que tuvo la planificación estratégica presenta diferencias entre su elaboración teórica y la evidencia empírica. En el caso del turismo, su aplicación concreta a los destinos turísticos a nivel internacional como herramienta de gestión comenzó hace más de veinte años y se observan éxitos y fracasos.

En la práctica, en turismo presentan obstáculos para su adecuado desarrollo (Bateman y Snell, 2005). Entre ellos, se identifica la tendencia a dar respuesta más a lo operativo de corto plazo que a lo estratégico o a largo plazo, y en consecuencia las decisiones suelen ser más reactivas que proactivas y condicionadas por la continuidad política. También en algunos casos, se observa cierto déficit en la capacidad técnica para implementar las acciones así como ineficacia en la coordinación para la ejecución.

En este marco, adquiere relevancia la planificación estratégica por problemas que se fundamenta en el análisis riguroso de los problemas que afectan al territorio concreto (Carucci, 2003). Esto permite explicar la situación presente a partir de reconsiderar la validez del conjunto de problemas relevantes, con abordajes participativos, conduciendo la intervención (en este caso sobre la actividad turística en particular) a partir de una agenda de trabajo colaborativo, consensuada y ejecutiva. De hecho, los actores sociales juegan un papel fundamental en estos procesos en tanto son los sujetos activos del cambio.

Además, el desafío para la planificación es comprometerse en la búsqueda de paradigmas científicos territorializados que recuperen los saberes populares y contemplen integralmente a la sociedad, sus consensos y diferencias. Asimismo, discutir en profundidad el imperativo de no sólo cuidar los recursos naturales estratégicos sino de atender al deterioro ambiental crítico de los destinos turísticos. Para ello, se requiere, en primer lugar, dar un salto cualitativo desde los saberes técnicos para interpretar desde un lugar nuevo el desarrollo económico social contemplando nuevas alternativas de participación. En segundo lugar, insertar como una constante y factor transformador a la cuestión ambiental en todo el proceso de toma de decisiones.

De esta manera, es necesario tener en cuenta nuevos enfoques colaborativos de planificación y medios para abordar los crecientes problemas ambientales y sociales, que consideren las limitaciones de recursos y el futuro incierto (Linnenluecke *et al.*, 2017). Esto supone definir nuevas formas participativas y democráticas de aproximarse al estado situacional de los destinos turísticos y los mecanismos para dar respuesta a las situaciones problemáticas desde una perspectiva estratégica.

Metodología

Para llevar a cabo el proceso de planificación estratégica por problemas para el Partido de Villa Gesell se optó por un enfoque cualitativo basado en el método activo participativo¹ y de investigación-acción-participativa², a través del trabajo comunitario.

¹ Metodología donde todos los actores involucrados son activos protagonistas del proceso basada en los principios de: acción-reflexión-acción, aprendizaje colectivo y aprender haciendo (Martínez Alvarado, 1991).

² Proceso participativo y democrático llevado a cabo con la propia población local, de recogida de información, análisis, conceptualización, planificación, ejecución y evaluación (Lewin, 1988).

La estrategia metodológica se centró en el proceso de gestión social del desarrollo territorial y se orientó a tres cuestiones básicas: la comprensión funcional del territorio, en este caso más vinculado a la actividad turística; la identificación y análisis de las problemáticas comunitarias y las expectativas sociales; y la formulación de propuestas flexibles y dinámicas en torno a objetivos consensuados y desplegados en una agenda comunitaria.

Para ello se plantearon, por un lado, tareas o acciones que debieron realizarse a lo largo de dicho proceso, que consistieron en el trabajo de gabinete y la validación de resultados. Por el otro, tareas programáticas referidas a las actividades que se deben propiciar en el proyecto, mediante la oferta específica de algunos espacios de discusión para el diagnóstico comunitario.

Por lo tanto, se optó por la técnica de Taller como un dispositivo para hacer ver, hablar, recuperar, recrear y analizar problemas, objetivos y cursos de acción.

Los Talleres realizados, a los que asistieron tanto prestadores de servicios turísticos como residentes, tuvieron por finalidad conseguir intencionalmente opiniones de los participantes. Se expresaron en forma de problemas y necesidades; en objetivos, como puntos de llegada; y en la direccionalidad del proceso de planificación.

Asimismo, atendiendo a que los talleres eran de participación voluntaria y se realizaron durante el 2021, donde existían aún algunas restricciones sanitarias, para generar validez de los resultados se realizaron encuestas a prestadores de servicios y residentes. Las encuestas permitieron corroborar la concordancia entre los resultados obtenidos y validar las propuestas surgidas del trabajo participativo.

Además, se realizó una encuesta a turistas para estudiar, en particular, la demanda en temporada baja. Más allá de enfocarse en conocer las características de los visitantes (perfil sociodemográfico), apuntó al análisis de los rasgos distintivos de los turistas de este grupo, en función de valoraciones concretas del destino y preferencias de viaje turístico en general.

Los cinco talleres se definieron en función de preguntas disparadoras que se planteaban como un ejercicio de autorreflexión. Permitieron realizar un diagnóstico comunitario a partir de establecer cuál es la situación actual en términos de necesidades y problemas; definir objetivos a futuro y la visión; y distinguir frentes de abordaje a través lineamientos de acción, para llevar a cabo esos objetivos.

Específicamente, para ello se utilizaron técnicas participativas de *análisis y trabajo grupal*, orientadas al diagnóstico comunitario, debido a que ofrecen la oportunidad de participación de personas con distintos grados de conocimiento, experiencia, roles sociales e intereses. Para cada encuentro, según el tema a desarrollar, se definió la técnica específica a utilizar (lluvia de ideas, elaboración de premisas, votaciones y priorizaciones), desarrollada principalmente a partir del uso de fichas, posters y tarjetas o herramientas y plataformas *online*.

Respecto de las encuestas, se diseñó un formulario que fue aplicado de manera online y presencial durante los meses de septiembre y octubre de 2021, tanto en los talleres como en dos eventos programados, de manera de captar la opinión de prestadores de servicios turísticos, de residentes en general y de turistas de temporada baja. En total, se registró la respuesta de 125 prestadores, 423 residentes y 724 turistas.

Resultados y conclusiones

El diagnóstico funcional del territorio realizado permitió identificar las oportunidades y fortalezas existentes que se pueden capitalizar para lograr la visión. Entre ellas se pudo determinar que la valoración por parte de todos los actores sociales de la calidad ambiental urbana y natural impone un reto en el ordenamiento urbano y, al mismo

tiempo, es la referencia principal para la identidad turística. Además, existe una preocupación ambiental en la comunidad, uno de los componentes principales en el apego y la identidad local, que es el soporte principal para afianzar estrategias de empoderamiento que incluyan y abran ventanas de oportunidades a los jóvenes.

El análisis de los resultados de los talleres permitió establecer diferentes relaciones significativas en las opiniones de los participantes. Respecto de la identificación y análisis de las problemáticas comunitarias y las expectativas sociales, desde ellas se plantearon mapas conceptuales que permitieron reorganizar los aspectos que preocupaban y ocupaban a los residentes y prestadores de servicios (participantes y encuestados) en términos de necesidades y problemas, objetivos y visión.

Los distintos mapas conceptuales elaborados fueron el insumo para establecer los frentes de abordaje, que sintetizan el dinamismo y la visión global del destino. Se detallaron en la formulación de lineamientos de acción (en torno a objetivos consensuados y priorizados) para una agenda comunitaria de trabajo que puede ser evaluada y reorientada de forma continua.

Los frentes de abordaje identificados para la agenda de trabajo son: comunidad, cultura e identidad; habitabilidad y condiciones urbanas; gestión ambiental y social; y renovación y diversificación turística. En definitiva, los temas incluidos dan cuenta de que las localidades del Partido son interpretadas como espacios de vida que exceden lo estrictamente turístico, y establecen una agenda de gestión urbana-ambiental y social amplia e integrada.

En cuanto al frente de abordaje comunidad, cultura e identidad, la agenda se refiere a ciertos reclamos socioculturales, acerca de la identidad, y sociopolíticos, orientados a favorecer su posibilidad de empleabilidad y el mejoramiento de las condiciones de acceso a la educación de los jóvenes.

En relación al frente de abordaje habitabilidad y condiciones urbanas, la habitabilidad constituye un condicionante para la calidad de vida y la calidad ambiental del espacio urbano, que hacen a aspectos funcionales y estéticos de las localidades en su carácter tanto en su habitar como destino turístico.

El frente de abordaje gestión ambiental y social, se basa en promover que la gestión de riesgos ambientales y sociales sea más integral, adaptativa y que se adecúe a los objetivos y normativas y toma de conciencia ambientales, garantizando así la sostenibilidad.

El frente de abordaje renovación y diversificación turística, se conduce a fortalecer el sector turístico con la finalidad de alcanzar mayores niveles de competitividad, como así nuevas inversiones público-privadas para poner en valor y activar nuevas modalidades turísticas asociadas a los oclotipos identificados.

A modo de conclusión, es muy importante mencionar el compromiso social con el Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Villa Gesell, ya que es producto de la concertación ciudadana. Este representa la opinión de la comunidad respecto de la visión esperada en el futuro y al mismo tiempo, se constituye en un instrumento de planificación interactiva, para generar acuerdos y coordinación, y evaluar las elecciones y decisiones fundamentales.

Referencias bibliográficas

Armijo. M. (2009). *Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Recuperado de https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estragetica.pdf.

Bateman, S. y Snell, S. (2005). *Administración una ventaja competitiva*. Sexta edición. México: McGraw Hill.

Carucci Tramonti, F. (2003). *Planificación estratégica por problemas: Un enfoque participativo*. Caracas: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.

Lewin, K. (1988). *La teoría de campo en la ciencia social*. España: Paidós. 308 p

Linnenluecke, M. K., Verreynne, M.-L., de Villiers Scheepers, M. J., y Venter, C. (2017). A review of collaborative planning approaches for transformative change towards a sustainable future. *Journal of Cleaner Production*, 142, 3212-3224.

Martínez Alvarado, H. (1991). *Dinámica de grupos y técnicas participativas*. Chile: Programa Interdisciplinario de Investigaciones en Educación. PIIE. Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

Eje 1. Turismo, Políticas y Desarrollo

**ACCIÓN ESTATAL Y ACCIÓN COLECTIVA EN TORNO AL DESARROLLO
TURÍSTICO EN LA ZONA SUR DEL PARTIDO DE GENERAL
PUEYRREDON (ARGENTINA)**

Yanina Corbo- yaninacorbo@hotmail.com

Daniela Castellucci- dicastel@mdp.edu.ar

Gonzalo Cruz- olaznogzurc@gmail.com

*Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del
Plata*

Palabras clave: Agente turístico - Acción Estatal - Acción colectiva - Desarrollo
turístico - Partido de General Pueyrredón

Introducción

En la configuración de un destino turístico confluyen diversos agentes turísticos, ya sean públicos, privados o sociales; entre quienes se establecen complejas relaciones debido al carácter transversal y fragmentario que tiene la actividad. Se entiende por agentes turísticos a aquellos actores sociales que detentan poder para producir cambios en el curso de la actividad turística (Zapata Campos, 2003) y que tienen la capacidad de influir en la selección de los espacios, atractivos y modalidades de turismo que serán puestos en valor o, por el contrario, excluidos o invisibilizados. Es así que dentro del sistema turístico se producen permanentes interacciones entre el Estado y los diferentes grupos de interés (integrados por agentes privados y comunitarios) a la vez que diversos tipos de intervenciones en el territorio.

Desde esta perspectiva, la presente ponencia da cuenta de una serie de resultados del proyecto de investigación titulado: “Actores Locales y Desarrollo Turístico-Recreativo en el sur del Partido de General Pueyrredón (Buenos Aires)”¹ (2019-2020), referidos a la dimensión sociopolítica del desarrollo turístico. Se toma como territorio objeto de estudio un espacio costero, periurbano y rural, ubicado al sur de la ciudad de Mar del Plata. Se espera que estos resultados contribuyan al conocimiento en torno al desarrollo turístico de este espacio periférico y ofrezcan un diagnóstico que se constituya en material de reflexión y acción para los actores públicos, privados y comunitarios locales.

En Argentina, el mapa turístico se ha caracterizado por el predominio de los destinos turísticos de sol y playa, dando cuenta del papel que el turismo vacacional ha tenido en la sociedad argentina. En el caso particular del Partido de General Pueyrredón, el espacio turístico tradicional históricamente ha estado constituido por fragmentos urbanos centrados en Mar del Plata con prácticas turísticas vinculadas a las playas, los casinos y los teatros (Castellucci, 2019). No obstante, el espacio periurbano y rural del partido comienza a aparecer, desde hace décadas, como escenario de hábitos turístico-recreativos alternativos a las modalidades tradicionales de los espacios urbanos. Este proceso es originado por factores como la valoración de la naturaleza y del patrimonio cultural, la orientación de capitales hacia nuevos nichos de mercado y el empleo del turismo como estrategia de desarrollo local.

¹ El proyecto de investigación tuvo como objetivo general indagar en los aspectos sociopolítico y sociocultural del desarrollo turístico-recreativo actual y potencial en el territorio sur del Partido de General Pueyrredón, desde la perspectiva de los actores locales. Fue llevado a cabo por el Grupo Turismo y Sociedad del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, FCEyS, UNMdP.

En este contexto, adquiere relevancia la indagación respecto de la historia y la actualidad turística de los espacios periurbanos y rurales ubicados en el territorio sur del Partido de General Pueyrredón, desde el Faro Norte hasta El Marquesado, en relación a determinados aspectos claves vinculados a la dimensión sociopolítica del desarrollo turístico. Particularmente esta ponencia se centra en analizar la acción del Estado municipal y la acción colectiva de los actores comunitarios respecto del desarrollo turístico en el territorio sur del Partido de General Pueyrredón, desde la perspectiva de los actores locales.

De esta manera, se propone inicialmente un abordaje histórico con el objetivo de estudiar la actuación del Estado municipal a fin de comprender su papel político durante el proceso de desarrollo turístico de la zona sur del Partido en las décadas del sesenta, setenta y ochenta. Se indagan especialmente las problemáticas en torno a los espacios públicos de uso turístico-recreativo, el alojamiento y los balnearios. Posteriormente se busca identificar y analizar las políticas actuales de desarrollo y promoción turística que, desde el Estado municipal, a través de su organismo específico de turismo (EMTUR), se promueven e implementan en relación a la zona. Finalmente, se analiza la acción de la comunidad en el marco de las problemáticas actuales vinculadas al turismo, principalmente aquellas referidas al uso del espacio público turístico-recreativo y los balnearios de la zona sur, identificando las tácticas implementadas en los procesos de movilización social en defensa de la playa pública en el Partido de General Pueyrredón.

Marco teórico de referencia

El análisis del sistema turístico desde una perspectiva sociopolítica implica conocer la visión y el accionar de los agentes turísticos, entendidos como aquellos actores sociales que tienen poder para generar cambios. Incluye personas, grupos o instituciones que tienen capacidad para intervenir, modificar o influir el curso de la actividad turística (Zapata Campos, 2003).

Independientemente del sistema político existente en un territorio es posible observar algún tipo de intervención del Estado en el sector turístico (Corbo y Biasone, 2018). Según Zapata Campos (2003), son varias las razones por las cuales el Estado invariablemente podría intervenir. Generalmente ellas responden a los beneficios económicos que la actividad le genera y, en menor medida, a los beneficios sociales. Esta autora sostiene que, para estudiar el papel del Estado, siguiendo el modelo tradicional de análisis sociopolítico, se requiere: indagar en las funciones desempeñadas por el gobierno e identificar los instrumentos; analizar las políticas gubernamentales; y estudiar la estructura organizativa del organismo público de turismo.

Desde este enfoque analítico, se concibe que el Estado, en su rol de agente del sistema turístico, puede asumir diversas funciones. Para Velasco González (2005) estas funciones pueden ser: de estímulo a la actividad; de promoción y propaganda; de planificación; de regulación y de coordinación. Para ello, el Estado ejecuta diferentes acciones, denominadas instrumentos de política pública (organizativos, normativos, financieros, planes generales, programas, y acciones de comunicación)

Por otra parte, dentro del sistema turístico se van a producir interacciones entre el Estado y los diferentes grupos de interés, quienes se encuentran integrados por agentes privados y comunitarios (Zapata Campos, 2003). Estos grupos también tienen un rol relevante en el devenir de la actividad turística. El papel de aquellos que representan al sector empresarial de un destino es clave en tanto contribuyen al desarrollo económico de un territorio. Sin embargo, también resulta importante considerar el papel que tiene la comunidad residente, representada por aquellos grupos de vecinos cuya intervención está

vinculada con el resguardo de los intereses socioeconómicos y ambientales del espacio que habita.

En este sentido, la acción colectiva desarrollada por la comunidad puede ser analizada a través de sus repertorios. Taylor y Van Dike (2004) conceptualizan a los repertorios de acción haciendo referencia específica a la protesta. En este caso se considera a la protesta como “el uso colectivo de métodos no convencionales de participación política con el objetivo de persuadir o forzar a las autoridades a apoyar los objetivos del grupo desafiante” (p. 263). Esta práctica es la que distingue mayoritariamente a los movimientos sociales de otros actores políticos.

En este marco es posible definir a los repertorios de acción o contención como un conjunto determinado de tácticas de protesta utilizadas en los procesos de movilización social por actores que actúan de forma colectiva. El desarrollo de la acción colectiva a través de los repertorios establece vínculos entre los individuos que las llevan a cabo con el objetivo de promover determinados cambios o resistirse a ellos. En este proceso también se generan relaciones con los grupos oponentes y las autoridades cuya visión sobre la realidad difiere con la de los actores movilizados.

Metodología

El estudio se realiza desde un enfoque cualitativo, dado que se busca indagar en la historia y la actualidad turística de los espacios periurbanos y rurales ubicados en el territorio sur del Partido de General Pueyrredón a partir de la subjetividad de los agentes involucrados, con la intención de descubrir sus conocimientos, opiniones, actitudes y acciones en torno al desarrollo turístico-recreativo de la zona sur del Partido de General Pueyrredón.

Se utilizan como técnicas de recolección de datos entrevistas semi-estructuradas aplicadas a diferentes muestras cualitativas intencionales de actores públicos elaboradas en función de dos objetivos específicos vinculados a la historia y la actualidad de la acción estatal referidas a la zona costera. Asimismo, para la consecución de los tres objetivos específicos se realiza análisis documental y de contenido de un corpus integrado por: documentos oficiales; normativa municipal, provincial y nacional; y noticias publicadas en medios de prensa local y nacional y en las redes sociales. En forma complementaria, se efectuaron entrevistas abiertas a informantes calificados y observación in situ participando en eventos de manifestación de organizaciones sociales.

Resultados

Desde una perspectiva histórica se analiza la acción del gobierno local en el espacio costero sur del Partido, desde 1960 a 1983. Durante esos años, Mar del Plata alcanzaba su apogeo en los años sesenta y luego ingresaba a un periodo de estancamiento y de crisis en la década siguiente. Ante este escenario cambiante, la política turística local fue adquiriendo diferentes rasgos. Los gobiernos socialistas y militares previos a 1976 tenían una visión acotada del turismo, sumado a una gestión pública basada en acciones aisladas. En particular, las acciones destinadas a la zona costera “sur”, eran aquellas que llegaban hasta Punta Mogotes o el Faro. Durante ese periodo el Estado local habría asumido principalmente las funciones de promoción y propaganda del destino y de coordinación entre actores e intereses que se encontraban en conflicto, respecto del espacio periférico costero sur.

A mediados de la década de 1970, la profundización de la crisis del turismo masivo generó un nuevo escenario ante el cual los gobiernos militares tuvieron que hacer frente. Respecto de este espacio costero, el Estado buscó estimular la actividad turística a través del desarrollo del equipamiento, acciones promocionales y la aprobación de normativas generales. Acciones que estaban contenidas en la política turística formulada, la cual se

caracterizaba por tener una fuerte impronta económica. Con una nueva mirada sobre el turismo, se había planteado una planificación de la actividad con el fin de jerarquizar y diversificar la oferta turística. En este accionar se incluyó a la zona costera sur del Partido en la búsqueda de una “distinción” y “exclusividad” que la diferenciara del creciente turismo popular del centro urbano marplatense.

En la actualidad, las políticas de promoción turística y de desarrollo que se promueven e implementan desde el Estado municipal en relación a la zona sur del Partido parecen no variar demasiado. Desde el área de turismo del municipio al momento de describir esta porción del territorio se recurre a la idea de espacio amplio, abierto y natural. Y se sostiene que la “dinámica” o el “ritmo” de la zona se intensifican en temporada de verano, dando cuenta de una marcada estacionalidad. Cuando se consulta acerca de los atractivos turísticos en los que podrían basarse las acciones promocionales, desde el Ente Municipal de Turismo no reconocen otros atractivos convocantes que generen afluencia turística de manera independiente a la playa. Asimismo, se observa que no existe una guía promocional específica de la zona sur, en tanto las acciones promocionales en general no se realizan en base a zonas, sino que se organizan en función de campañas temáticas identificadas con “productos”.

Entre las intervenciones que se llevan adelante desde el Estado local para poner en valor la zona y acompañar su ordenado desarrollo turístico se distinguen tres tipos de acciones: inversiones en obras materiales dirigidas a la zona, capacitaciones sobre o para el área y acciones vinculadas a la elaboración o actualización de aspectos normativos que regulen la actividad turística y recreativa. Sin embargo, se las considera limitadas en función de las problemáticas que existen.

En cuanto a la acción de la comunidad en el marco de las problemáticas actuales vinculadas al turismo, se observan las siguientes cuestiones. Por un lado, y a partir del abordaje de las distintas tácticas llevadas a cabo por las organizaciones entre 2015 y 2020 fue posible advertir la existencia de acciones colectivas que apuntan a generar cierta disrupción y otras que se canalizan a través de formas convencionales. La combinación de ambas formas da cuenta del carácter estratégico y actual del proceso de movilización social.

Por otro lado, fue posible identificar una evolución y modificación de las tácticas a lo largo del tiempo como producto de la expansión de las demandas y el éxito en el reclutamiento de nuevos participantes. El traslado de los eventos de protesta de la zona en disputa hacia el centro de la ciudad constituye un factor clave que pone en evidencia la legitimidad de los reclamos y la emergencia de un sector de la población local cuya visión sobre la playa y su gestión coincide con la promulgada por los activistas. Queda también en evidencia la importancia del desarrollo de tácticas dirigidas a la concientización de la comunidad local como elemento clave para la captación de nuevos adherentes y la expansión de las demandas.

Conclusiones

De acuerdo al análisis de la dimensión sociopolítica realizado, es posible advertir el rol diferencial que han tenido los actores públicos y comunitarios dentro del proceso de desarrollo turístico del destino, tanto en el pasado como en la actualidad.

Al indagar en su historia reciente, se observó que la actuación del Municipio, y en particular del organismo público de turismo, fue adquiriendo distintos rasgos conforme se iban modificando las condiciones contextuales socioeconómicas y políticas del país durante la segunda parte del siglo XX.

En la actualidad, desde el plano promocional se observa que en ocasiones el destino “Mar del Plata” absorbe la oferta turística de la zona urbana y periurbana, y se asocia casi

idénticamente con el alcance territorial del distrito. En otras oportunidades el discurso se basa en la diferencia entre lo urbano y las zonas periurbanas, cuya oferta distintiva se plantea como más exclusiva, aunque a su vez complementaria con el centro turístico del municipio.

Del análisis de las acciones del Estado en el pasado reciente y en la actualidad, es posible advertir algunas continuidades respecto del contenido de las acciones promocionales relativas al espacio costero sur del Partido y de la escasez de inversiones, capacitaciones y normativas en la zona; y también ciertas rupturas, manifestadas en la falta de concreción de proposiciones de desarrollo turístico-recreativo, planteadas en décadas anteriores.

Respecto de los actores comunitarios, se observa que los residentes de los barrios del sur del Partido han mantenido una actitud crítica desde sus inicios, a mediados del siglo XX, hasta la actualidad, ante todo aquello que vulnerara sus derechos. En efecto, la comunidad residente se ha manifestado siempre en forma activa en la defensa tanto de los recursos naturales como de los espacios públicos, frente al avance de diversos intereses privados y empresariales.

Referencias bibliográficas

Castellucci, D. (2019). La acción pública municipal frente a la crisis del turismo masivo en Mar del Plata, 1976-1983. *Registros* 15(2), 52-72.

Corbo, Y. A. y Biasone, A. M. (2018). Aportes del cuadro de mando integral a la mejora de la gestión pública de turismo. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(16-2), 36-51.

Taylor, V. y Van Dyke, N. (2004). 'Get up, stand up': Tactical repertoires of social movements. En Snow, D. A., Soule, S. A., & Kriesi, H. (Eds.) *The Blackwell companion to social movements* (pp. 262-293). Blackwell Publishing.

Velasco González, M. (2005). ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). *Política y Sociedad*, 42(1), 169-195.

Zapata Campos, M. J. (2003). Los agentes turísticos: una aproximación desde la sociología y la ciencia política". En A. Rubio Gil (Coord), *Sociología del Turismo*. Barcelona: Ariel, pp. 213-247.

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL PARTIDO DE QUILMES: PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES PARA SU DESARROLLO.

Marlene Roxanna Pedetti- marlene.pedetti@unq.edu.ar
Universidad Nacional de Quilmes

Palabras clave: Desarrollo sostenible- Políticas públicas- Turismo, Partido de Quilmes.

Introducción

En el contexto de la investigación: “Indicadores para la gestión del desarrollo turístico sustentable. Criterios de valoración y medios de verificación” se expone la presente contribución que tiene por objetivo exponer algunos factores condicionantes del potencial turístico del Partido de Quilmes para alcanzar un desarrollo sostenible. Dicha reflexión se establece como necesaria al observarse, en la práctica, factores que dificultan el establecimiento de parámetros para establecer indicadores como ser, que a pesar de contar con un Plan Estratégico de Turismo, se posee una visión desintegrada dentro de los diferentes niveles de gobernabilidad del municipio, propiciando ineficacia en la gestión. A dicha descoordinación se adiciona la heterogeneidad del tejido social del Partido donde emergen necesidades de naturaleza variada enmarcados por la desigualdad social. La situación económica que atraviesan algunos actores del Partido preocupa y a ello debe sumarse la ausencia de proyectos de desarrollo que permitan crear actividades que contribuyan a subsanar dicha situación, por lo que se propone la implementación de actividades turísticas a sabiendas de entenderlo como *factor sustantivo del desarrollo (local) y bienestar de la población* (Capanegra, 2008) y como espacio que permite lograrlo. La situación se documentó a través de estrategias de investigación como son el análisis de situación en una primera instancia y el diagnóstico propositivo en una segunda fase, propio de la metodología de potencial turístico. La estructura del presente ensayo tiene en primer lugar la contextualización del tema a tratar a nivel teórico, la estructura del Partido de Quilmes, en segundo lugar, especificando la situación de los territorios involucrados y sus atractivos turísticos. Para finalizar, y respondiendo a la fase del diagnóstico se esquematiza una propuesta que impulse el desarrollo sostenible del turismo en función de lineamientos de gestión donde se prioriza la gobernanza y representatividad de todos los actores involucrados con políticas públicas gestadas en dicho contexto y que son propias del desarrollo endógeno.

Los objetivos de la investigación son:

- i) Realizar un análisis de potencial turístico para el Partido de Quilmes en la actualidad.
- ii) Describir las principales acciones, programas y proyectos desarrollados por la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Quilmes en la gestión actual de gobierno (2019-2023).
- iii) Detectar problemas o amenazas para un desarrollo integral de la actividad turística en el Partido de Quilmes y esbozar recomendaciones de mejora.

Marco teórico de referencia

- a) Del desarrollo sostenible al turismo sostenible

En 1972 fue publicado el libro *Los límites del crecimiento* por el Club de Roma, que advertía que los recursos de la tierra eran agotables y percederos. Esto debería imponer límites a la actividad económica que se aceleró exponencialmente con la

industrialización después de la segunda Guerra Mundial. Ese mismo año, se celebró en Estocolmo la Conferencia sobre Medio Ambiente Humano, la cual expresaba la importancia de los recursos naturales (renovables y no renovables) para el hombre, quien debería preservarlos para las generaciones presentes y futuras.

El desarrollo sostenible surge en la década de 1980 y proclama el cambio de la explotación destructiva de recursos por una explotación racional que proteja el medio ambiente. El Informe Brundtland, editado por La Organización de la Naciones Unidas (1987), lo define como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de cubrir sus propias necesidades” (Flores & Parra, 2009).

A nivel sectorial del turismo, varios documentos tratan acerca del desarrollo sostenible, a saber: Agenda 21 para la Industria del Turismo: Hacia un Desarrollo Sostenible (ONU, 1992), Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote (OMT, 1995), Código Ético Mundial para el Turismo (OMT, 1999), Declaración de Ecoturismo de Quebec (OMT, 2002), Políticas y Prácticas para el Turismo Mundial (OMT, 2011), entre otros.

Según Martínez Moreno, O. C, Ruiz Andrade, J. G. & Valladares Icedo, O. (2009) una primera definición de turismo sostenible de la Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Troncoso (1999:s/n), define el turismo sostenible como “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener las condiciones del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen”. Sin embargo, en la Cumbre de Johannesburgo sobre el Desarrollo Sostenible, que tuvo lugar en 2004, el Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la OMT, integró observaciones al concepto de turismo sostenible poniendo énfasis en el equilibrio entre los aspectos ambientales, sociales y económicos del turismo, así como en la necesidad de aplicar principios de sostenibilidad en todos sus sectores, haciendo también referencia a objetivos mundiales como la eliminación de la pobreza.

Tanto el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) como la OMT (2005) consideran que las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos y en las diversas modalidades de turismo.

En particular, para la Organización Mundial del Turismo (2011) el turismo sostenible implica tres objetivos: la protección ambiental, la cohesión y la equidad social, y la prosperidad económica, teniendo en cuenta que la distribución de los beneficios sea equitativa, y se contemplen las necesidades de los visitantes, del propio sector turístico, el cuidado del ambiente, y el respeto de las comunidades receptoras.

b) Políticas públicas y desarrollo local

Toda política posee como objetivo tomar ciertas decisiones que transformen la realidad mediante la praxis (actividad humana). La política es tomada como una herramienta de transformación social y ocupa un determinado lugar en la comunidad donde se aplique, dependiendo de la ideología mediante la cual se imponga.

En este sentido, las políticas públicas conducen a la definición de un problema o al intento por resolverlo, en donde la autoridad gubernamental es el actor principal pero no es el único actor activo, puesto que se mueve en interdependencia con otros.

Subirats plantea que “El proceso de elaboración de toda política pública implica decisiones e interacciones entre individuos, grupos e instituciones, decisiones e interacciones influenciadas por las conductas, las disposiciones del conjunto de individuos, grupos y organizaciones afectadas. Por lo tanto, no deberíamos estudiar solo

intenciones sino también conductas” (Subirats, 1994: 41). Esta perspectiva pone el acento en el proceso de toma de decisiones en la medida que toda política pública normalmente implica una serie de decisiones tanto para hacer cosas como para decidir no hacer nada. De esta determinación dependen las Agendas o programas de actuación públicos.

Vázquez-Barquero (2009) señala que en los años ochenta a la par que se intensificaba el proceso de integración económica a nivel global, surgieron numerosas experiencias de desarrollo local en los países pobres y de desarrollo tardío, donde los actores locales y regionales iniciaron acciones encaminadas a incidir sobre los procesos de crecimiento de las economías locales. Surge así, la política de desarrollo local que constituye una respuesta de las comunidades locales a los desafíos que presentaba la crisis macroeconómica y el ajuste (Boissier, 1999). Su propósito es reducir la pobreza, crear empleo y favorecer el progreso económico y social.

A los efectos de establecer una definición: “El desarrollo local es un proceso concertado de construcción de capacidades y derechos ciudadanos en ámbitos territoriales y político-administrativos del nivel local (municipios = territorio) que deben constituirse en unidades de planificación, de diseño de estrategias y proyectos de desarrollo con base en los recursos, necesidades e iniciativas locales. Este proceso incorpora las dinámicas del desarrollo sectorial, funcional y territorial, que se emprenden desde el Estado, las organizaciones sociales y la empresa privada en el territorio.” (Rojas, 2005 en DEMUCA, 2009:3).

Esta relación Estado-sociedad nos conduce a dirigir la mirada a los actores con capacidad de influencia en la política local y, entonces, resulta necesario avanzar en su definición. Villar (2004, s/n) especifica que los actores locales estratégicos

“serán aquellos que cuentan con recursos de poder suficientes para impedir o perturbar el funcionamiento de las reglas o procedimientos de toma de decisiones y de solución de conflictos colectivos (Coppedge, 1996). Asimismo, éstos podrán ser individuos y organizaciones tanto de los ámbitos gubernamentales como no gubernamentales, sean de carácter local o extra local, que desarrollen actividades de índole política (partidarias o sectoriales) o social (incluidos en esta última categoría también los económicos: productores, empresarios y negocios en general, comunitarios, etc.) (Díaz de Landa, 1997)”.

c) Evaluación de potencial turístico

El índice de potencialidad turística (IPT) es un indicador generado por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), una agencia estatal española adscrita al Ministerio de Ciencia e Innovación, considerado organismo público de investigación, y que es ampliamente usado para identificar las localidades con mayor oportunidad de desarrollo en una región (Flores Rodríguez et al, 2019). Se elabora un diagnóstico del Partido de Quilmes mediante el levantamiento de inventarios de atractivos y necesidades turísticas, con lo cual, se lleva cabo la estimación del índice de potencialidad turística.

Para la elaboración de este trabajo se toman en cuenta los siguientes indicadores, factores determinantes del desarrollo turístico: atractivos de interés turístico, los cuales a su vez se subdividen en naturales y culturales, la accesibilidad, y el equipamiento.

Metodología

El presente artículo posee un enfoque desde el desarrollo local y el tipo de investigación es cualitativa de alcance descriptivo.

El marco metodológico de la investigación está integrado por una técnica mixta que consiste en:

- i) Recolección de datos mediante consulta bibliográfica y entrevistas semiestructuradas a la Directora de Turismo del Municipio de Quilmes
- ii) Participación pasiva y observación participante en campo a través de visitas a sitios de interés turístico organizadas por la Dirección de Turismo
- iii) Evaluación de potencial turístico: para ello, se elabora un diagnóstico del territorio mediante el levantamiento de inventarios de recursos y necesidades turísticas, con lo cual, se lleva cabo la estimación del índice de potencialidad turística.

El análisis de datos se realiza a través de un nivel de medición ordinal en función de un orden prescrito.

Resultados y conclusiones

Los resultados encontrados permiten identificar dos lugares como atractivos principales para el desarrollo de actividades de turismo: la ribera y el barrio cervecero (Villa Argentina, el Parque Cervecero y la Cervecería y Maltería Quilmes). Sin embargo, dichos atractivos pueden combinarse con otros complementarios con potencialidad para ser visitados turísticamente. Por lo que se deben establecer políticas públicas que sensibilicen a los residentes acerca de la importancia del turismo en su territorio, generen trabajo genuino para las poblaciones locales económicamente vulnerables e incentiven la responsabilidad social-ambiental de las empresas de viajes y turismo que organizan viajes al Partido de Quilmes. De esta manera se permitirá preservar los recursos naturales y culturales así como elaborar estrategias para mejorar la seguridad pública del lugar.

Referencias bibliográficas

Arroyo, D (s/f) Los ejes centrales del Desarrollo Local en Argentina. http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Desarrollo_Local_en_Argentina.pdf

Boisier, S. (1999). Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando? Santiago de Chile, 28, 1-18.

Capanegra, C. A. (2008). Desarrollo turístico y estrategias de reproducción social. *Aportes y Transferencias*, 12(2), 46-63.

Capanegra, C. A. (2006). La política turística en la Argentina en el siglo XX. *Aportes y transferencias*, 10(1), 43-61.

CICATUR-OEA (1983) “Inventario turístico”, documento de la cátedra Planificación de Actividades Turísticas, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.

Domínguez de Nakayama, L. (1994) “Relevamiento Turístico”, Centro de Estudios Turísticos, Instituto Superior de Turismo Sol, Santa Fe.

Flores, C. B., & Parra, G. B. C. (2009). El desarrollo sostenible y la agenda 21. *Telos*, 11(2), 164-181.

Flores Rodríguez, O, Morales Ramírez, D. y Moreno Velazco, F. (2019): “Evaluación del potencial turístico de una ciudad ubicada en la Cuenca de Burgos, Tamaulipas”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, N°. 27 (diciembre 2019).

Fundación DEMUCA, (2009) *Guía de herramientas municipales para la promoción del desarrollo económico local* / Fundación DEMUCA. – San José, Costa Rica.

Gallucci, E. (2021) Plan Estratégico de Turismo de Quilmes, Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable, Subsecretaría de Producción y Empleo. Dirección General de Turismo.

Gallucci, E. & Pedetti, M. (2020) “Posicionando a Quilmes dentro de la Agenda Política a través del Turismo” *Mercociudades 25 años. Los desafíos de la gestión turística en la búsqueda de esquemas asociativos público / privado en un nuevo contexto global*.

Leno Cerro, F. (1992). La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el canal de Castilla. *Estudios Turísticos*. 116: 49-85.

Martínez Moreno, O. C, Ruiz Andrade, J. G., & Valladares Icedo, O. (2009). Las particularidades de la Agenda 21 para el turismo mexicano: Un análisis de la aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad en el municipio de playas de Rosarito, BC México. *Gestión turística*, (12), 9-29.

OMT (2002). Declaración de Quebec. 2002.

OMT (1999). Código Ético Mundial para el Turismo.

OMT (1995). Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, España.

ONU (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future.

Pnuma/Omt - Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente Omt - Organización Mundial Del Turismo. (2005). Making Tourism more Sustainable. A Guide for Policy Makers. United Nations Environment Programme y World Tourism Organization.

Subirats, J., (1994) Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración. Instituto Nacional de Administración Pública. Madrid.

Tapia, G. (2004), Análisis de “actores involucrados” en procesos participativos, Buenos Aires, Fundación Cambio Democrático.

Varisco, C. y otros (2014) “El relevamiento turístico: de CICATUR a la planificación participativa” Universidad Nacional de Mar del Plata. Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística Neuquén 25 al 27 de septiembre.

Vázquez- Barquero, A. (2009). Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Apuntes del CENES*, 28(47), 117-132.

Villar, A. (2004). Una década de desarrollo local en Argentina. Balance y perspectivas. *Mundo Urbano*, 24.

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo.

EL FUTURO DEL PREVIAJE COMO POLÍTICA TURÍSTICA Y EL DESARROLLO DE LAS ECONOMÍAS REGIONALES

Lilian Beatriz García- liliandchoturismo@gmail.com

Universidad Nacional de Avellaneda

Marisa Adriana Venuto- venutomaris@yahoo.com.ar

Gustavo Zoia: gus.zoia@gmail.com

Objetivos Generales

- Indagar sobre el origen del pre viaje desde la crisis del Covid 19, su regulación e implementación presente y futuro.
- Analizar los alcances del pre viaje como política turística pública a futuro.
- Indagar el impacto económico y social generado por el pre viaje en las ciudades y regiones turísticas.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación económica y social del turismo durante el año 2020.
- Indagar como ha impactado en prestadores turísticos y en la sociedad.
- Analizar las posibilidades de incorporación al pre viaje de los destinos emergentes.
- Vincular con normativas relacionadas a políticas turísticas diseñadas.

Hipótesis

Los resultados económicos que ha aportado el pre viaje como política pública permiten avizorar que es un instrumento vital para el turismo en nuestro país, y que merece un seguimiento pues de consolidarse, pasaría de un instrumento de reactivación, a una política turística de estado. El alcance se podría extender a los países latinoamericanos.

Justificación

Consideramos que el pre viaje ha surgido como un instrumento con fines de reconstrucción del turismo nacional luego de la crisis originada por la pandemia del Covid 19. Que el éxito derivado de las ventas y créditos originados en primer lugar permiten pensar en su continuidad en el marco de la ley nacional de turismo, en cuyo artículo 1 se plantea al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país.

Los resultados emitidos por el Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación a saber: más de 150 millones de pesos inyectados en al sector; más de 4.500.000 de turistas alcanzados, más de 400.000 personas beneficiarias del PAMI y más de 14.000 prestadores turísticos, animan a pensar acerca de su continuidad además en destinos emergentes a futuro

Marco teórico de referencia

La institución del pre viaje surge en el marco de la emergencia pública sanitaria decretada por la ley 27541 y ampliado por el Decreto. 260/20 a fin de enfrentar las medidas de protección contra el COVID 19. Desde la sanción de estas normas que instituyeron la prohibición de circular, la actividad turística fue casi nula. La OMT (Organización Mundial de Turismo) estimó que como efecto de la pandemia se perdieron en el mundo entre 110 a 112 millones de puestos de trabajo, situación ésta a la que no fue ajena a nuestro país, Vale destacar que nuestra Ley Nacional de Turismo N°25997 en su artículo 1 define al turismo como una actividad estratégica y esencial para el desarrollo del país y lo encuadra dentro de las políticas de Estado como prioritaria por la generación de divisas, empleo y por ende el mejoramiento de la calidad de vida de la población. En consecuencia podemos aseverar que la pandemia no solo afectó el PBI de todos los países sino que demostró la importancia del turismo dentro de la economía interna, ya que cualquier actividad directa o indirectamente se encuentra vinculada a esta actividad, como las agencias de viaje, hoteles, transporte, gastronomía, excursiones, seguros, servicios profesionales, comercios, todos suspendieron sus actividades, provocando un impacto negativo aún no superado. Dentro de ese marco fáctico brevemente detallado surge la Ley 27563 como una norma de emergencia cuyo fin era paliar los efectos antes descriptos, y si bien su vigencia era temporal, 6 meses, con opción a ser prorrogada por igual período, continuó siendo utilizada para la solución de conflictos entre prestadores y usuarios por las reprogramaciones o reembolsos de viajes no realizados. Dentro de estas circunstancias surge el instituto del Pre viaje como un modo de reactivar al turismo nacional, siendo un sistema de pre venta de viajes con un reconocimiento de un crédito del 50% para utilizar el siguiente año en la compra de servicios turísticos o artículos relacionados con la actividad.

Específicamente la ley 27563 (BO 29/9/20) de sostenimiento y reactivación de la actividad turística lo establece como una de las herramientas para la reactivación del turismo por ser ésta una de las más afectadas por la pandemia.

Dado el éxito de este instituto en el año 2021 se dicta la resolución 305/21 que crea el “Programa de Incentivos a la Prevente de servicios turísticos nacionales”, o sea el Pre viaje el Reglamento de Servicios Turísticos, ambas normas establecen recaudos específicos sobre el mismo, lo que nos lleva a pensar en el mantenimiento y perdurabilidad en el tiempo del pre viaje como medida de política pública para el incremento del turismo nacional , al ser un medio eficaz para la continuidad del proceso de reactivación del turismo en nuestro país, tal vez pensando en desarrollar destinos emergentes y así impulsar el desarrollo de las economías regionales.

Metodología

FUENTES	PRIMARIA	SECUNDARIA
	Ley Nac. Turismo	Entrevistas a realizar
	25997	en una segunda etapa
	Ley Sostenimiento	de la investigación a

	y React.act.turística	prestadores del sector.
	Previaje Res.305/21	
	Doctrina Jurídica-	
	Revista jurídica La Ley	
METODO DE PROCESAMIENTO:		
Diseño exploratorio de datos y correlacional.		
ANÁLISIS DE DATOS:		
U.Análisis	Ley Nac.Turismo	
	Ley Sost.y React.	
	Ley Previaje	
VARIABLES INDEPENDIENTES	Pre viaje	
VARIABLES DEPENDIENTE	Inflación	
INDICADORES	N1 Turistas	
	N2 Capac.hotelera	

Conclusiones

El pre viaje ha demostrado ser una herramienta de estímulo en la post pandemia para el turismo beneficiándose prestadores turísticos como, las agencias de viajes, hotelería y transporte en primer lugar. La modalidad de venta anticipada y la articulación con otras instituciones del estado como Banco Nación Argentina, el Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados (Pami), Correo Argentino y la participación de la Universidad de Buenos Aires son prueba de la necesaria presencia del estado para garantizar un desarrollo turístico junto con el sector privado.

Sin embargo consideramos la necesidad de evaluar errores en su aplicación como la falta de control en las tarifas de los prestadores y la utilización efectiva del crédito en servicios turísticos. Que los destinos clásicos (Bariloche, Córdoba, a manera de ejemplo) han sido beneficiados por el pre viaje, no debería descartarse la posibilidad de impulsar otros destinos del país necesarios para el desarrollo de las economías locales y populares como son los denominados destinos emergentes.

Referencias bibliográficas

Ley 25997 (Ley nacional de turismo)/2004

Ley 27563 (Ley de sostenimiento y reactivación del turismo)/ 2020

Resolución 3051 (Pre viaje)/2021

“Covid 19 y el sector turístico. El turismo antes de la pandemia” –OMT (2021)

“Turismo emergencia sanitaria-Pandemia aislamiento social, preventivo y obligatorio Argentina” (Arcos Varcacel, Sandra :2020)

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

LA IMPORTANCIA DE LOS GOBIERNOS Y ACTORES LOCALES PARA GARANTIZAR LA SUSTENTABILIDAD DEL TURISMO RURAL

Mara.Galmarini- mgalmarini@unq.edu.ar

Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina

Cristina Morales- cristinamoralesbm@gmail.com

Universidad Nacional de Lanús, Profesional del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

Introducción

El artículo busca aportar conocimiento acerca de las posibilidades y oportunidades que el turismo rural puede generar en los territorios y convertirse en una estrategia para la promoción del desarrollo territorial, cobrando especial relevancia los aspectos que permiten garantizar la sustentabilidad. El papel que cumplen los distintos actores locales resulta clave, siendo el foco de análisis para este trabajo, el rol de los gobiernos locales.

Este tema surge en el contexto de trabajo de las autoras, las cuáles abordan las temáticas a través de la docencia, investigación, extensión y/o trabajo de campo en los territorios. Para este trabajo utilizaremos como marco territorial de referencia a la Provincia de Buenos Aires la cual cuenta con una variada oferta de recursos y atractivos turísticos en el espacio rural.

De lo enunciado anteriormente surgen algunos interrogantes: ¿Por qué es importante la articulación entre actores locales para la promoción del desarrollo en los territorios?; ¿Cuál es el rol de los gobiernos locales en los territorios y cuál es su importancia para el desarrollo del turismo?; ¿Qué entendemos por desarrollo sustentable en turismo?; ¿De qué manera puede contribuir el turismo rural con la sustentabilidad de los territorios?

A partir de estas incógnitas, se plantea el siguiente objetivo de investigación: Conocer y explicar las principales herramientas y estrategias utilizadas por los gobiernos y actores locales de la provincia de Buenos Aires para desarrollar una oferta de turismo rural sustentable.

Fundamentación

Promover el desarrollo sustentable de la actividad turística implica no sólo diseñar una política pública específica sino también contar con las herramientas adecuadas (tanto normativas como operativas) para su desarrollo. Es necesario además convocar, en pos del trabajo a realizar, a los diferentes actores que integran la cadena de valor de la actividad, analizando y evaluando (a partir de establecer consensos y objetivos comunes) qué rol y aporte realiza cada uno.

El turismo rural posee diversos tipos de emprendimientos, variados en tipologías en niveles de desarrollo además de las particulares que el territorio le da a cada uno. Así resulta imprescindible establecer pautas básicas que permitan estructurar una oferta de turismo rural donde puedan visibilizarse todos los emprendimientos/prestadores existentes.

Hay emprendedores que están iniciándose en la actividad o bien presentan dificultades en cuanto a la sustentabilidad del emprendimiento que llevan adelante, por lo que resulta necesario un acompañamiento técnico que aporte a superar los obstáculos que se les presentan y a que puedan conocer el negocio turístico. Desde los gobiernos locales,

tanto municipales como provinciales, se suelen definir líneas de acción en ese sentido facilitando espacios/contenidos/recursos que aporten al desarrollo de emprendimientos pero también los antecedentes muestran que su implementación queda supeditada al período de gestión (cuatro años), esto provoca la falta de continuidad de políticas públicas generando un nuevo obstáculo para los emprendedores turísticos pues se altera el acompañamiento técnico que pudieran haber obtenido. Es necesario superar en la práctica los límites que impone (para el desarrollo de proyectos) lo descrito, diseñando instancias/herramientas que permitan trascender los ciclos de gestión de los ejecutivos locales.

Marco teórico de referencia

La conceptualización y delimitación del turismo rural no resulta sencilla y en parte se encuentra directamente vinculada al espacio o territorio concreto que se está tomando en consideración. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998), es un conjunto de actividades que se desarrollan en el medio rural, que exceden el mero alojamiento, que pueden constituirse para sus habitantes en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo de la empresa agropecuaria. En el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, Turismo 2016 se lo define como: [...] toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones, y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales (Ministerio de Turismo de la Nación, 2005, p. 108). De esta manera, el turismo rural opera como una matriz general que representa diferentes modalidades obteniendo un perfil heterogéneo. Lo rural nos remite al concepto de espacio, el cual tampoco resulta sencillo de definir debido a los nuevos usos que fue teniendo alejándose únicamente de la identificación con los espacios de consumo y convirtiéndose en espacios multifuncionales.

Fue en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – Turismo 2020 (PFETS), donde se desarrollaron los objetivos estratégicos y se encuadra el marco teórico y metodológico para el análisis del turismo en Argentina. Este instrumento permitió caracterizar el territorio nacional con una mirada turística, no sólo desde la oferta sino también desde la demanda. Identificar recursos actuales y potenciales, analizar qué características brindaban los destinos (con diversos niveles de desarrollo), qué disposición para con la actividad turística tenían las comunidades anfitrionas, qué mercados eran los potenciales y cuáles eran los consolidados son algunos de los insumos que sustentaron una planificación turística nacional la cual promovía el desarrollo equilibrado en nuestro país.

Para lograr lo anterior resultaba necesario precisar alcances de lo que se denominaba producto turístico y también actualizar clasificación considerando las características que presentaban los destinos. Se propone una nueva mirada sobre la forma, contenidos y denominación de los productos turísticos reflexionando sobre los modelos de articulación territorial, entendiendo que los flujos de ofertas y demandas conllevan, muchas veces, la necesidad de actuaciones interjurisdiccionales en procesos que involucran a más de un destino. Durante el período 2005-2010 se trabajó con: observación de aves, turismo de la fe, turismo rural comunitario, Senderos de Argentina, turismo idiomático, turismo salud, TERRA (turismo en espacios rurales República Argentina). (2011, p.144). Particularmente se identifica la oferta y flujos vinculados a los espacios rurales y naturales siendo una de las principales modalidades a trabajar el

turismo en los espacios rurales, que permitió combinar diversos productos: gastronomía, fiestas populares, vino (por mencionar algunos).

El Estado, a través de sus políticas públicas, es uno de los principales actores que tiene incidencia en el desarrollo de un destino turístico. Hall (2010) en Schenkel & Almeida García (2015, p.199), manifiesta que es lo que entiende por política pública del turismo, es decir, lo que el gobierno hace o no hace en relación al turismo. Dichos autores sostienen que:

La política turística presenta diferentes funciones, que dependen de una variedad de factores como la estructura económica y social, la estructura del sector turístico, la capacidad de intervención del Estado y la ideología imperante, entre otros... El modelo de producción económico y la estructura política son factores clave en la política turística de Argentina.

De esta manera es que a través de los distintos niveles de gobierno, se fueron implementando distintas políticas en el sector. A través del Ministerio de Turismo de la Nación (MINTUR) como se expuso anteriormente, se desarrolló el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) en el que se encuentran las bases de las políticas turísticas para el período 2006-2016, y su actualización 2012-2020. De acuerdo a Galmarini (2016), desde el 2000 y hasta 2008 existió un área específica dedicada al desarrollo del turismo rural en Argentina, la Coordinación de Turismo Rural dependiente de la Dirección Nacional de Promoción, desde la cuál se impartieron diferentes tipos de cursos de capacitación para orientar y/o asesorar a los distintos emprendimientos existentes en el país. Según Navarro y Schlüter (2010), en el año 2000 la actividad tuvo un marcado impulso a partir de la firma de un convenio entre las Secretarías de Turismo de la Nación (SECTUR) y Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA). A partir del mismo surgen distintos proyectos: Rutas Alimentarias Argentinas, Proyecto Municipio Rural Turístico, entre otros. En ese momento ya existían antecedentes respecto a programas, proyectos y líneas de crédito y financiación para la promoción y el desarrollo del turismo rural. Se mencionan los siguientes: créditos para el turismo rural, como por ejemplo, el Programa de Reconversión Ovina de la Patagonia; Programa Social Agropecuario para el apoyo de productores que se estuvieran dedicando al turismo rural; Programa Cambio Rural para brindar asistencia técnica; el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) creó la Red Argentina de Turismo Rural (RATUR) para promover el turismo rural y generar desarrollo a gran escala; Rutas y Circuitos Alimentarios fue una prueba piloto en la Patagonia que contó con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) con el objetivo de realizar un estudio preparado por la Dirección Nacional de Alimentación; son algunos de los ejemplos. También existían programas gubernamentales de desarrollo rural en diferentes regiones del país en materia de asistencia técnica a pymes agropecuarias, innovación tecnológica y organizacional, de gestión, de información, etcétera.

En el año 2008 la Secretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires implementó el Programa Pueblos Turísticos con la finalidad de fomentar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos en pequeñas localidades rurales. Otros proyectos nacionales y/o provinciales promovidos por distintas instituciones como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (Profeder), Programa Turismo en Espacios Rurales de la República Argentina (TERRA) también se desarrollaron con la misma finalidad.

El trabajo más reciente desarrollado por la provincia de Buenos Aires a través de la Dirección de Desarrollo Turístico es el Plan provincial de turismo rural y periurbano PBA (2021). El mismo es producto del trabajo articulado entre el gobierno provincial en

conjunto con Universidades públicas y privadas y distintos Organismo y Organizaciones, tales como Cámara de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Buenos Aires, Asociación Argentina de Gestores Culturales Universitarios, INTA Cambio Rural, entre otros.

A partir de lo expuesto y considerando algunos análisis realizados por la Facultad de Agronomía de la UBA (2019, p. 33), queda expresada la necesidad de que los emprendimientos que originalmente están vinculados a la economía agropecuaria (con una lógica específica) tengan acceso de forma continuada a insumos y herramientas que les permitan incorporarse virtuosamente al negocio turístico.

Aspectos metodológicos

El recorte territorial de referencia utilizado para este trabajo es la provincia de Buenos Aires, debido a que la misma cuenta con una variada oferta de turismo rural. Los espacios específicos a considerar son los destinos en espacios rurales que cuenten con una gestión turística de nivel municipal. El período de estudio es el comprendido entre 2005-2021.

Se realiza un abordaje exploratorio y descriptivo a partir del análisis bibliográfico y de consulta de fuentes primarias y secundarias para poder tener una primera aproximación de lo que ocurre en distintos territorios dentro de la provincia de Buenos Aires que cuenten con oferta de turismo rural. Para ello se organizará una muestra constituida con por lo menos tres municipios por cada uno de los Polos en los cuales se organiza la mencionada provincia.

Entre las fuentes de información utilizadas, se consideran aquellas que proveen distintos organismos y entidades nacionales e internacionales tales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, Cámara Argentina de Turismo, Federación Argentina de Municipios, Consejo Federal de Inversiones; por mencionar algunas.

Principales conclusiones y recomendaciones

La gestión turística a nivel municipal es la responsable de la implementación de las políticas públicas vinculadas al turismo. Sin embargo, la incorporación de las problemáticas y de las oportunidades generadas a partir del turismo a la agenda pública no es garantía de su efectivo tratamiento, interés, ni mucho menos asegura el logro de resultados positivos.

Entre las principales dificultades encontradas, en relación al desarrollo sustentable del turismo en general y del rural en particular, podemos mencionar la falta de capacidades instaladas y de recursos para poder atender las necesidades generadas a partir de la actividad turística desde una mirada sistémica. Por lo general, estamos en presencia de Áreas/Direcciones de Turismo que dependen de alguna Secretaría que lleva otras temáticas y que cuentan con un presupuesto acotado para poder realizar múltiples actividades y/o acciones. Se suma a ello que el personal / capital humano suele ser escaso, con alta rotación y no siempre con formación académica específica o con escasa capacitación respecto a las tareas que debe desempeñar.

Analizar el territorio con mirada turística requiere contar con insumos técnicos y recursos variados que permitan instalar efectivamente la actividad en la agenda local, diseñar el destino según el modelo de desarrollo que se tenga, y, a la vez, hacerlo de modo consensuado y planificado con la comunidad anfitriona.

El turismo rural como producto ofrece múltiples variantes con protagonistas que no tienen trayectoria dentro de la actividad turística pero sí vocación. Se reconoce el

potencial que particularmente presenta la provincia de Buenos Aires, por ello la necesidad de identificar qué requiere para su desarrollo y cuál es el rol que debe cumplir la gestión turística local junto con los diversos actores que integran la cadena de valor.

Referencias bibliográficas

Galmarini, M. (2016). “Turismo rural y desarrollo económico local. El caso del partido de Lobos, provincia de Buenos Aires”, *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época, año 8, N° 29, Bernal, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, 35-51, edición digital.

HELVETAS Swiss Intercooperation (2014). *Procesos y mecanismos de concertación. Mapeo de actores.*

INTA/Fundación ArgenINTA/IICA (2016). *Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial - Capítulo 6: Asociativismo.* <https://www.redinnovagro.in/docs/BVE17089159e.pdf>

Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica (2021) . *Plan Provincial de Turismo Rural y Periurbano de la provincia de Buenos Aires.*

Ministerio de Turismo de la Nación (2011) *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020 [en línea], disponible en: https://issuu.com/asap1/docs/planfederal_estrategico_deturismosustentable*

Navarro, F. y Schlüter, R. (2010) El turismo en los pueblos rurales de Argentina: ¿es la gastronomía una opción de desarrollo? *Estudios y perspectivas en turismo*, 19 (6), 909-929

Schenkel, E., & Almeida García, F. (2015). La política turística y la intervención del Estado: El caso de Argentina. *Perfiles latinoamericanos*, 23(46), 197-221.

Universidad Nacional de Buenos Aires (2019).“Turismo rural en debate” Diez años de experiencia en la formación de Técnicos en FAUBA (2009-2019) – Editorial Facultad de Agronomía, pág. 30-38.

2. Eje Turismo y Sociedad

Eje temático 2: Turismo y sociedad.

IMPACTOS DE LA PANDEMIA Y LA POSPANDEMIA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO EN SANTA CRUZ, ARGENTINA.

Mg. Viviana Navarro - vnavarro@uarg.unpa.edu.ar
Dra. Karina Franciscovic - kfranciscovic@uarg.unpa.edu.ar
Lic. Natalia Villanueva - nvillanueva@uarg.unpa.edu.ar
*Universidad Nacional de la Patagonia Austral,
Unidad Académica Río Gallegos.*

Palabras clave: Pandemia - Pos Pandemia - Turismo - Reactivación del Turismo - Santa Cruz.

Introducción

En marzo de 2020 y ante la pandemia desencadenada a nivel mundial, el Poder Ejecutivo Nacional implementó medidas de aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO) en todo el territorio nacional para reducir la tasa de contagios y la velocidad de circulación del virus. Esto implicó que muchos sectores tuvieran que en el mejor de los casos adaptarse a la nueva realidad modificando su modalidad de prestación de bienes y/o servicios, pero en muchos otros debiendo disminuir su actividad económica o directamente pausarla. Ante el nuevo escenario nacional se desplegaron una serie de medidas orientadas a sostener la actividad, los ingresos y el consumo. Entre éstas, las más relevantes, (i) la asistencia a empresas para el pago de salarios (ATP) y reducción de aportes patronales, (ii) el ingreso familiar de emergencia (IFE) que buscó atender al universo de trabajadores informales y monotributistas y (iii) una amplia batería de ayudas orientadas a atender el frente financiero de empresas y familias que incluyeron desde créditos a tasa subsidiada para el pago de salarios para empresas (24%) y trabajadores autónomos y monotributistas (0%), la extensión de créditos al consumo (Ahora 12), moratorias impositivas, topes en las tasas de interés de las tarjetas de crédito, congelamiento de alquileres y la suspensión de desalojos, así como del corte de servicios por falta de pago. A pesar de todas estas medidas, la crisis económica que provocó la pandemia Covid-19 en nuestro país fue de una magnitud inusitada. En este contexto ¿Cuál fue la situación de las empresas de servicios turísticos en la provincia? ¿Cómo afrontaron el cese de la actividad durante el aislamiento?

El turismo fue una de las actividades económicas más golpeadas. El escenario turístico provincial se vio altamente impactado por la pandemia de Covid-19 y el aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) decretado el 20 de marzo de 2020 por el Gobierno Nacional en el marco de la emergencia sanitaria generada por el nuevo coronavirus, implicó la finalización abrupta de la actividad turística en todo el país. La actividad hotelera quedó estrictamente restringida al alojamiento de trabajadores esenciales y/o aislamiento preventivo de personas. La actividad aérea quedó reducida a vuelos destinados casi exclusivamente al movimiento de pasajeros varados fuera de su localidad de residencia. Se dispuso el cierre de los Parques Nacionales y la prohibición del ingreso de personas al país, exceptuando trabajadores esenciales.

A partir de octubre de 2020 Aerolíneas Argentinas retoma la operación de vuelos regulares en algunas provincias que lo permitieron y con requisitos y protocolos específicos. Algunos Parques Nacionales iniciaron el proceso de reapertura y en general

comienza una lenta reactivación de la actividad turística. (Observatorio Económico de Turismo, 2020).

La temporada estival 2020-2021 indica la reapertura turística en la provincia. A partir del 05 de diciembre de 2020 en las localidades de El Calafate y El Chaltén se habilita gradualmente el turismo, atravesando distintos grados de restricciones. De acuerdo a datos del Observatorio Económico de Turismo (2021b) del mes de noviembre de 2021, la eliminación de las restricciones al turismo nacional se vio reflejada en variaciones interanuales positivas en ciertos indicadores, respecto del mismo periodo de 2020 donde el movimiento turístico fue escaso o nulo. En esta situación ¿Cómo se presentó la reactivación del turismo en la provincia? ¿Cuáles fueron los destinos más demandados?

Este trabajo es la continuidad de una investigación iniciada en 2020, en el marco de un PISAC-COVID-19¹, y tiene dos *objetivos principales*: a) conocer las estrategias de adaptación al escenario de pandemia del subsector alojamiento en el sur provincial, situación de endeudamiento y opinión sobre políticas públicas implementadas; b) indagar sobre la situación de reactivación de la actividad turística en la provincia de Santa Cruz desde la apertura de las movilidades hasta Semana Santa de 2022.

Por su alta interacción con todos los aspectos de la sociedad, los destinos turísticos son vulnerables a las crisis y son perjudicados por diversas situaciones que afectan la normalidad, como pueden ser las catástrofes naturales, recesiones de la economía, problemas de salud pública, etc. Y el covid-19 es una de estas situaciones críticas para la actividad que llegó a todo el planeta y nadie quedó fuera de sus efectos. Según la OMT (2012) una crisis es un proceso no deseado, extraordinario, con frecuencia inesperada, limitado en el tiempo y de evolución incierta. Exige la adopción inmediata de decisiones y medidas de contención para hacer que el curso de los acontecimientos vuelva a ser positivo para la organización, el destino y limitar las consecuencias negativas en la medida de lo posible.

Beriman (2003) expone que el turismo es un sector propenso y muy vulnerable a sufrir crisis, y estas tendrán implicancias en la imagen y reputación del destino, la opinión pública, sobre los turistas –puede aumentar la percepción de su riesgo de viajar a ese destino- y las empresas.

El comportamiento de una pandemia es imprevisible, en el caso de las de tipo sanitario el impacto está principalmente relacionado con las personas, que son los recursos humanos de los sectores productivos, entre ellos el turismo. Una pandemia puede tener un gran impacto en el mundo empresarial, afectando a empleados de una empresa o a sus proveedores y clientes, tanto nacionales como internacionales, limitando así su capacidad de operación, adquisición de suministros y oportunidades de negocio. El impacto sobre el personal de las empresas, la disponibilidad de medios de transporte, las comunicaciones o los servicios de salud, dañaría de forma importante el funcionamiento del sector empresarial.

El impacto producido por el COVID-19 causó una crisis sin precedentes, que generó el cierre de 2,7 millones de empresas, equivalente al 19% de empresas en la región y la pérdida de trabajo de más de 8,5 millones de personas. Como consecuencia de esto, los gobiernos salieron a socorrer a los distintos sectores con medidas de asistencia: planes sociales, impositivos, financieros, entre otros. Las micro, pequeñas y medianas empresas son grandes protagonistas de la actividad económica ya que representan el 44% del PBI

¹ Dinámicas de Endeudamientos de Familias y Empresas durante la Pandemia y Postpandemia CODIV-19. Impactos sobre las Desigualdades. Director Dr. Ariel Wilkis.

nacional y movilizan del 70% del empleo privado del país, según CAME (2020). (Aguirre Laporte et al, 2021).

En Argentina, el cierre de la temporada turística vio trunca su finalización por la imposición del ASPO (Decreto 297/2020). La gran mayoría de las actividades productivas y economías regionales se vieron paralizadas, y las actividades sociales totalmente suspendidas. Luego de casi tres meses de aislamiento, comenzó una reapertura progresiva y segmentada con controles estrictos y protocolos de higiene y distanciamiento.

En la provincia de Santa Cruz la situación fue similar y en algunos momentos se agravó aún más principalmente porque algunas actividades tuvieron paro total y en algunos casos por un tiempo más prolongado que otros, y es necesario poder conocer que efectos tuvo realmente y cómo afectó en este caso a los emprendedores que se relacionan de forma directa con el turismo.

Metodología:

Se realizó una búsqueda y análisis de información sobre la Pandemia de Covid-19 y los diferentes programas de ayuda gubernamentales que se implementaron en la provincia para responder al primer objetivo. A través de entrevistas semiestructuradas se trabajó particularmente con el subsector alojamiento en sus diversas tipologías (hotel, cabañas, hostería), tomando como base el listado de alojamientos provisto por la Secretaría de Estado de Turismo y definiendo una muestra intencional de 20 establecimientos que abarcó las localidades de Río Gallegos, El Calafate y El Chaltén, realizadas en forma presencial entre el 4 al 8/10/2021. Se aplicó un cuestionario de 29 preguntas organizadas en cuatro secciones: Caracterización general (8 preguntas); Escenario pandemia (7 preguntas); Financiamiento en pandemia (7 preguntas); Contexto, redes y apoyo público (7 preguntas), luego procesado en planilla Excel.

Para responder el segundo objetivo, se buscaron y analizaron datos estadísticos sobre el movimiento turístico en los principales destinos provinciales aportados por el Observatorio Económico de Turismo y se prevé realizar encuestas a informantes clave en breve.

Resultados parciales

Entre las medidas de asistencia llevadas adelante por el Estado para el sector se encuentran: Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y a la Producción (ATP), Programa de asistencia extraordinaria al sector hotelero en zonas y localidades turísticas afectadas, Programa de Recuperación Productiva 2 (Repro), Plan de Auxilio, Capacitación e Infraestructura para el Turismo (PACIT), Fondo de Auxilio y Capacitación Turística (FACT). A nivel provincial se asistió a través del Programa Santa Cruz Protege, conformado por el Programa de Asistencia al Trabajador y Comercios (ATC) y Aportes No Reintegrables (ANRs).

Subsector alojamiento:

- El 30% de los entrevistados corresponde a emprendimientos familiares (Micro Pymes), gestionados por sus propietarios (unipersonal o grupo familiar primario). Otro 30%, corresponde a Pymes gestionadas por un directorio. Uno de ellos es propiedad de la Mutual de la Obra Social Provincial y dos de ellos tienen sucursales en otras localidades. El 40% restante, son Pymes dirigidas por los propietarios o gerente.
- Demanda: Atienden todo tipo de viajeros. En El Calafate y El Chaltén destacan la demanda de turismo internacional. El 10% se dirige al mercado corporativo. A octubre 2021, el 100% solo recibió turistas nacionales.

- Durante la Pandemia, la mayoría de los establecimientos estuvieron cerrados (80%). Un 20% decidió recepcionar a personas que quedaron aisladas y eran personal de empresas.
- Durante la pandemia: modificaciones y arreglos edilicios (10%), ordenamiento administrativo, desarrollo y aplicación de protocolos (30%), capacitación de personal -protocolos- (10%), publicidad y promoción provincial -imagen de mercado- (10%), totalmente cerrado y no implementó estrategias (40%).
- La mayoría manifestó que no se despidieron empleados. Un 20% reorganizó los horarios y modalidad de trabajo, profundizó la limpieza y la higiene. Otras acciones: trabajo organizado por turnos o grupos, suspensión temporaria de personal (art.223 bis), teletrabajo.
- El 30% indicó que tuvo alteraciones en la cadena de pagos (demora). Un 20% contestó que se sustentaron con ahorros propios y créditos personales. Un 10% manifestó no haber tenido problemas. Un 40% no respondió.
- Entre los instrumentos de financiamiento público, el 60% manifestó haber gestionado el REPRO. Un 20% gestionó el ATP. Un 10% tramitó créditos a tasa 0. Un 10% no los utilizó y un 20% desconoce.
- Un 20 % manifestó que se incrementó su endeudamiento con prestadores de servicios básicos (Luz, gas, telefonía), impuestos, cargas laborales/sociales y tuvo que refinanciar los planes de pago adquiridos previamente. Un 30% manifestó no haber tenido deudas. Un 40% desconoce. Un 10% manifestó deudas previas con bancos (créditos).
- Ayudas del estado positivas y de gran apoyo para el sector. Problema: los pagos no se realizaban a tiempo (REPRO) y gestión burocrática. El ATP fue de gestión más sencilla. Los aportes se utilizaron para sueldos del personal.
- Un 50% destacó el trabajo de las Cámaras y Asociaciones que accedieron a entes/autoridades de competencia para el diseño de políticas públicas y gestiones con proveedores de servicios.

Reactivación de la actividad turística (Observatorio Económico de Turismo de la Provincia de Santa Cruz, 2021a, 2021b y 2022):

- En base a permisos de circulación, desde el 05/12/2020 al 30/04/2021 se autorizó a un total de 105.339 viajeros. Un 40% fueron santacruceños y los restantes procedían de la Provincia de Buenos Aires, C.A.B.A., Santa Fe y Córdoba, entre otras.
- El Calafate concentró el 60% de los visitantes, seguida por El Chaltén (23%) y Río Gallegos (4%). A nivel general, los viajeros optaron mayoritariamente por hospedarse en hoteles 4 y 5 estrellas, además de aparts, cabañas y departamentos.
- Los flujos máximos se registraron durante los fines de semana y feriados, mientras que el arribo de viajeros por transporte público (aéreo y terrestre) reflejó un flujo más uniforme.
- Entre enero y julio de 2021, El Calafate registró 112.626 viajeros hospedados en alojamientos turísticos, mientras que entre enero y agosto 2021, Río Gallegos registró 31.890 viajeros hospedados.
- La zona sur del Parque Nacional Los Glaciares recibió en agosto de 2021 a 10.173 visitantes. En el acumulado enero-agosto las visitas cayeron un 53,4% en términos interanuales, debido principalmente a las restricciones al turismo extranjero.
- El Aeropuerto de El Calafate en marzo 2022 registró 85.782 pasajeros (embarcados y desembarcados), lo que significó un aumento interanual del 151,5%. En tanto, en el Aeropuerto de Río Gallegos el movimiento fue de 15.674 pasajeros (+100,4% V.I.A.).

- En enero 2022 los viajeros hospedados en alojamientos de El Calafate fueron 60.624 (un 164,2% más que en enero 2021), mientras que en Río Gallegos los establecimientos hoteleros hospedaron a 10.098 viajeros en el mismo mes (+339,2 V.I.A.).
- El empleo privado creció un 6,6% en enero 2022 respecto al mismo mes de 2021.

Conclusiones

En el caso de los alojamientos, al no estar habilitados los desplazamientos por el país debieron permanecer cerrados, lo que conllevó -en algunos casos- a que se viera alterada su cadena de pagos y tuvieran que recurrir al endeudamiento (préstamos) para poder afrontar las deudas adquiridas previamente o como consecuencia de la pandemia. Si bien desde el Estado se generaron programas de ayuda económica, muchos de los entrevistados consideran que eran muy burocráticas las gestiones para el acceso a los mismos y no los gestionaron o solo lo hicieron por un tiempo muy limitado (2/3 meses). Destacando también que no se cumplió en el tiempo con el pago. Aquellas empresas que incrementaron su deuda, solicitan que el Estado desarrolle acciones tales como reactivación de planes de pago, flexibilización de intereses de deudas, nuevas moratorias, subsidios, financiamiento a microemprendedores, baja y condonación de impuestos municipales, entre otros, para a partir de la reactivación que esperan tenga la actividad puedan hacer frente a sus deudas.

En referencia a la reactivación de la actividad turística, viene mostrando guarismos importantes y se esperan mejoras a medida que se habiliten los pasos fronterizos, aumente la llegada de visitantes internacionales y se recupere la oferta de vuelos a niveles anteriores a la pandemia.

Referencias bibliográficas

Organización Mundial del Turismo (2012) *Herramientas de comunicación de crisis en el ámbito del turismo. Listas de verificación y prácticas idóneas*. OMT, Madrid. ISBN 978-92-844-1419-2

Beriman, D. (2003). *Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach*. Wallingford: CABI Publishing.

Aguirre Laporte, R.; Rusconi, J.M.; Turano, C.; Todesca, A. y Zapata, L. (2020) *COVID-19 y su impacto en las PYMES argentinas. Perspectivas para América Latina*. Palermo Business Review, Fundación Universidad de Palermo, N° 22, Noviembre de 2020. Disponible en https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR_22_12.pdf

Ministerio de economía (2020). *Medidas económicas Covid-19*. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/economia/medidas-economicas-COVID19>

Observatorio Económico de Turismo de la Provincia de Santa Cruz (2020) *Reporte de Coyuntura Turística y Económica. Noviembre 2020*. Disponible en <https://www.santacruzpatagonia.gob.ar/observatorio-economico>

Observatorio Económico de Turismo de la Provincia de Santa Cruz (2021b) *Reporte de Coyuntura Turística y Económica. Noviembre 2021*. Disponible en <https://www.santacruzpatagonia.gob.ar/observatorio-economico>

Observatorio Económico de Turismo de la Provincia de Santa Cruz (2021a) *Reapertura turística en Santa Cruz. Resumen de temporada estival Diciembre de 2020 a Abril de 2021*. Disponible en <https://www.santacruzpatagonia.gob.ar/observatorio-economico>

Observatorio Económico de Turismo de la Provincia de Santa Cruz (2022) *Reporte de coyuntura turística y económica, Abril 2022*. Disponible en <https://www.santacruzpatagonia.gob.ar/observatorio-economico>

Eje temático 2: Turismo y sociedad

¿LOS NEGROS DÓNDE ESTÁN? NARRATIVAS TURÍSTICAS EN TORNO A LA MEMORIA DE LA CULTURA: AFRODESCENDIENTE EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Ricardo Cortes - rcortes@unsam.edu.ar

Roxana Hruby - rhruby@unsam.edu.ar

*Universidad Nacional de San Martín,
Escuela de Economía y Negocios*

Palabras clave: Afrodescendientes - Turismo - Tradiciones Inventadas - Buenos Aires.

Introducción

El relato de la “ciudad europea” se encuentra fuertemente instalado en la narrativa turística de la ciudad de Buenos Aires. Esta narrativa fundamentada desde la hegemonía estatal, se sostuvo en la noción del “crisol de razas” europeo (Anecchiarico, 2014) al calor del profundo proceso migratorio iniciado a con la sanción de la “Ley Avellaneda” desde 1876. La llegada, durante más de cincuenta años de un flujo constante de mujeres y hombres europeos, jóvenes que eligieron residir y trabajar en el ámbito urbano ante las escasas posibilidades de inserción como trabajadores rurales, contribuyó a construir la imagen de una sociedad de “ciudadanos blanqueados en color y europeizados en mentalidad y costumbres” (Yao, 2015). En una primera aproximación, esta retórica es fácilmente reconocible en algunas de las marcas urbanas expresadas (o silenciadas) en la cartelera (tanto privada como pública), en los espacios de interés turístico tales como parques, plazas y paseos, pero también en las guías para viajeros, en los diferentes modelos de promoción digitales y en la publicidad.

La imagen de una Buenos Aires blanca, civilizada y europea contrasta fuertemente con la realidad socio cultural de una ciudad que hunde sus raíces en los tiempos de la colonia, cuando una sociedad racialmente diversa se fue consolidando a partir de los aportes demográficos de indios, mestizos, blancos y negros, los cuales es posible rastrear hasta nuestros días. Desde esta perspectiva, prevaleció como mito de origen de nuestra República, el supuesto de que “en la Argentina no hay negros”, a pesar de la evidencia que denota “una gran ausencia: la de las voces subalternas que habitan los espacios *borderlaine* de la ciudad” (Scotto D Abusco y Sosa, 2018, p.34).

La presencia africana y sus consecuentes huellas culturales en el territorio argentino, se registran en la ciudad de Buenos Aires en tres momentos históricos bien diferenciados: la etapa colonial, hacia fines del siglo XIX y en la década de los 90 en el siglo XX (Crespi, 2000; Mafia, 2010; Cirio, 2010; Ministerio de Cultura, 2018). Sin embargo, al momento de reconocer su permanencia e incidencia en el desarrollo y configuración de la ciudad, la noción de invisibilidad y desaparición prevalece por sobre la idea de permanencia y continuidad (Candiotti, 2021). Examinar esta evidencia presupone reconocer una vacancia en relación al estudio de los aportes culturales de esta minoría étnica y a su actual incumbencia dentro de las actividades productivas de la ciudad, entre las que se incluyen la actividad turística, porque [...] “aun cuando sea cierto que el turismo constituye una actividad mercantil, también posee una dimensión simbólica innegable (Palacios, 2013, p.9).

Por lo tanto, la identificación, estudio y análisis de ésta problemática resulta fundamental para aportar una perspectiva más inclusiva dentro de la actividad turística,

acorde a las miradas y enfoques que promueven mayor equidad y que se encuentran en pleno desarrollo en América Latina. En este sentido, se destaca el accionar de instituciones gubernamentales de Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Perú y Uruguay que en los últimos años vienen gestionando proyectos y elaborando estrategias tendientes a alcanzar la igualdad racial (CEPAL, 2016, ONU, 2020, 2021). Si bien entre las líneas abordadas no se incluye a la actividad turística, se evidencian una serie de acciones afirmativas que promueven la equidad e inclusión. Entre otras se destaca, el fortalecimiento de las comunidades tradicionales, la co-participación en decisiones de carácter público y privado y la inclusión de los pueblos afrodescendientes en los planes de desarrollo (CEPAL, 2016).

Ahora bien, considerar la inclusión de la cultura afrodescendiente en los planes de desarrollo, abre una oportunidad para repensar un turismo que, con más equidad, se convierta en una opción orientada a ese fin. Estas consideraciones generales permitieron establecer una serie de preguntas que orientan la estructura de esta ponencia, a saber ¿desde qué perspectiva se incluye el legado patrimonial afrodescendiente en la actividad turística de la ciudad de Buenos Aires?, ¿qué narrativas se han construido en relación al mismo? y ¿existe una correspondencia entre los ejes temporales que marcan la presencia de la cultura africana en el Río de la Plata y el discurso turístico enunciado en la actualidad?

A partir de estos interrogantes se propone como objetivo, indagar las narrativas vigentes construidas en torno a la cultura afrodescendiente en la ciudad autónoma de Buenos Aires, analizando la correspondencia de la misma con los ejes temporales que marcan el ingreso de la población africana al Río de la Plata y sus repercusiones en el relato turístico de la actualidad.

Marco teórico de referencia

El legado de exclusión que desde los tiempos coloniales moldeó los procesos políticos de la ciudad, sigue presente en la actualidad (Segato, 2017). En este sentido, se ha condenado al colectivo afrodescendiente a un lugar subalterno desde el punto de vista social y prácticamente invisible desde la perspectiva cultural, ocultando los aportes de estas poblaciones. Y si bien existen algunas iniciativas aisladas que propician la inclusión como la sanción de Ley 26.852 en el año 2013 que establece el 8 de noviembre como día nacional de los Afroargentinos y de la cultura afro en homenaje a la capitana María Remedios del Valle, la instauración del 17 de abril como Día del afroargentino del tronco colonial incorporado el año 2018 por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires y, más recientemente, la adopción del 25 de julio como Día Internacional de las Mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas, y de la Diáspora que junto con el festival Buenos Aires Celebra África realizado desde 2018, conforman un conjunto de intentos aún escasos, que no logran consolidarse de manera permanente en un relato cultural inclusivo.

En éstas dos últimas décadas, el proceso de revisibilización de la presencia afrodescendiente viene siendo estudiado desde diferentes enfoques por distintas áreas de conocimiento (Piconi 2006; Candioti, 2010, 2017, Andrews, 2011; Frigerio y Lamborghini 2011; Geler 2012; Maffia y Mateo 2012; Anecchiarico, 2014; Martino, 2015; Yao, 2015; Parody 2016; Segato, 2017; Ghidoli, 2020, Borucki, 2021).

Sin embargo, tanto ese conjunto de abordajes, como las iniciativas en el orden legislativo, no estuvieron orientados a identificar y/o analizar la incidencia de este proceso en la actividad turística y menos aún en la especificidad territorial de la ciudad de Buenos Aires. Tomando en cuenta que el espacio turístico se construye a partir de las prácticas sociales sostenidas por los sujetos que lo habitan (Cáceres, 2015), sus modelos heterogéneos de interacción y sus relaciones más o menos conflictivas se requiere de un

posicionamiento crítico que permita analizar las narrativas turísticas elaboradas en relación a los procesos culturales atravesados por los afrodescendientes, pero tomando en cuenta las diferentes asimetrías de poder.

Esta revisión se justifica debido a que dentro de la actividad turística el patrimonio afrodescendiente ha sido habitualmente utilizado como simple recurso en clave fetichista/mercantil. (Cecconi, 2012; Gonzalez Bracco y Laborde, 2019; Hruby y Cortés, 2021). Entendiendo además, que el turismo se constituye en una herramienta que favorece el conocimiento, afianza el respeto y protege los bienes tangibles e intangibles de las sociedades; se considera que este estudio puede contribuir a mejorar la calidad de la práctica turística, enriqueciendo los relatos en torno al patrimonio cultural de la ciudad.

Metodología

Desde el punto de vista metodológico, la ponencia plantea un diseño cualitativo en su desarrollo. Inicialmente se trabaja en la revisión de fuentes, documentos y trabajos previos que contribuyan a conocer el legado social y patrimonial del colectivo afrodescendiente desde los tiempos coloniales hasta la actualidad, a fin de conformar el marco teórico y conceptual.

En este sentido, se propone explorar en profundidad aquellos espacios de la ciudad representativos de la memoria africana de la etapa colonial, tales como: mercados esclavistas, sectores barriales que conservan la representación simbólica vinculada a actividades productivas, prácticas culturales y espacios cotidianos del habitar. Luego, se analizará el legado caboverdiano de las últimas décadas del siglo XIX en el contexto de la “gran inmigración” europea identificando si existen particularidades que distinguen su presencia. Finalmente se reconocerán los aportes culturales vinculados al arribo de inmigrantes provenientes de Costa de Marfil, Senegal y Malí, entre otros, desde fines del siglo XX hasta la actualidad. A partir de los resultados obtenidos, se contrastan los mismos con los relatos turísticos vigentes, a fin de distinguir cuáles de los elementos que los constituyen reflejan aspectos histórico documentados, de aquellos que se construyen como una discursiva turística modelada como una tradición inventada (Hobsbawm y Ranger, 2000), entendidas como tradiciones que aún sin contar con referentes sólidos del pasado son recreadas para funcionar como atractivos turísticos culturales (Barretto, 2007)

Resultados y Conclusiones

Esta investigación forma parte de un proyecto PICT que se encuentra actualmente en evaluación, en tanto los primeros resultados parciales ya evidencian alguna de las problemáticas enunciadas (Hruby, Cortes, 2021).

En la misma línea, este estudio avanza en el reconocimiento de la mirada turística, respecto de la población afrodescendiente en la ciudad de Buenos Aires, pero aún se halla en su fase exploratoria.

El análisis de las investigaciones desarrollados en los últimos 20 años, así como las observaciones realizadas hasta el momento por los autores en los espacios de memoria de los africanos de la época colonial y de aquellos que arribaron posteriormente, dan cuenta de que si bien se presentan algunos bienes y sitios simbólicamente representativos que remiten a la época colonial, estos han sido resignificados posteriormente y reconstruidos por el turismo con una retórica más alineada a la noción de tradiciones inventadas, como es el caso del monumento al Soldado Falucho creado en 1897, que alude a un hecho histórico que no ha podido ser corroborado, o la puesta en valor del barrio de San Telmo que recupera en el relato de la “casa mínima” en la que supuestamente habría habitado un africano liberto, versión que las actuales investigaciones arqueológicas niegan (Schávelzon 2003). Respecto al aporte de la inmigración caboverdiana, hasta el

momento no se ha detectado que este adquiera visibilidad en bienes tangibles. Esta condición podría explicarse considerando que esta porción de la población de color quedó subsumidos en la gran oleada inmigratoria blanca y europea de la época. Respecto al arribo de la última inmigración que mantiene un flujo constante, se puede observar que sus prácticas culturales aún no han sido reflejadas en los discursos turísticos, aunque en futuros trabajos se pretende avanzar en su conocimiento a través de datos actualizados obtenidos en entrevistas a sus actores.

Por lo expuesto, se puede inferir que las narrativas turísticas sostenidas en la actualidad respecto del patrimonio de la población africana y afrodescendiente en la ciudad de Buenos Aires, mantienen un relato simbólicamente representativo de un pasado colonial que no necesariamente refleja los procesos socioculturales desarrollados en el Río de la Plata. Desde esta perspectiva a-histórica, la práctica turística ha ido construyendo y fijando una discursiva que dificulta la promoción de acciones más equitativas que tomen en cuenta la presencia y permanencia de los afrodescendientes como sujetos de derecho y que incluyan la valoración de su patrimonio y prácticas culturales en Buenos Aires.

Referencias bibliográficas

Andrews, G.R. (1989). Los afroargentinos de Buenos Aires. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Anecchiarico, M; Afrodescendientes en la Argentina: Enigmas, cegueras y mitos nacionales; Asociación Civil Ciencia Hoy; Ciencia Hoy; 24; 141; 10-2014; (pp 24-30).

Barretto, M Turismo étnico y tradiciones inventadas en X Congreso de Antropología, Sevilla, 2005, págs. 39-56

Borucki, A. (2021). 250 años de tráfico de esclavos hacia el Río de la Plata. De la fundación de Buenos Aires a los «colonos» africanos de Montevideo, 1585-1835. Claves. Revista De Historia, 7(12), 255–290. <https://doi.org/10.25032/crh.v7i12.11> (Original work published 30 de junio de 2021)

Cáceres C, 2015. Tesis de Maestría. *Valorización turística en el sur de los Valles Calchaquies Salteños. Transformaciones socio-territoriales a partir de la conformación de la Red de Turismo Campesino.*Filo-UBA

Candiotti, M. (2017) Ciudadanos negros en el río de la plata. Repensar la inclusión política de los emancipados entre la revolución y la constitución en Revista de ESTUDIOS SOCIALES N° 53, (pp. 183-213)

Candiotti, M (2021) Una historia de la emancipación negra, esclavitud y abolición en la Argentina. Siglo XXI, Buenos Aires.

Cirio, N. (2010) Afroargentino del tronco colonial. Una categoría autogestada. El Corsito 39: I-III. Buenos Aires: Centro Cultural Rector Ricardo Rojas.

Cecconi, S. (2011). Turismo, fetichismo y exotización. En Margulis, M.; Lewin, H. (2011). Las tramas del presente. Editorial Biblos, Buenos Aires.

Crespi L (2000) El comercio de esclavos en el Río de la Plata. - Apuntes para su estudio. Cuadernos de Historia, Serie Ec. y Soc., N° 3, Arch. y Ftes., CIFYH-UNC, Córdoba (pp. 237-252)

CEPAL (COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, 2016), La matriz de la desigualdad social en América Latina (LC/G.2690(MDS.1/2), Santiago

Frigerio, A. (2008). De la «desaparición» de los negros a la «reaparición» de los afrodescendientes: comprendiendo la política de las identidades negras, las clasificaciones raciales y de su estudio en la Argentina. En G. Lecchini (Comp.), Los estudios afroamericanos y africanos en América Latina. Herencia, presencia y visiones del otro (pp. 117-144). Buenos Aires: Clacso.

Frigerio, A. y Lamborghini, E. (2011). Los afroargentinos: formas de comunicación, creación de identidades colectivas y resistencia cultural y política. En: R. Mercado & G. Catterberg (Comps.), Afrodescendientes y africanos en Argentina (pp. 1-51). Buenos Aires: Pnud.

Geler, L. (2010). Andares negros, caminos blancos. Afroporteños, Estado y Nación Argentina a fines del siglo XIX. Rosario: Prohistoria.

Geler, L. (2016). Categorías raciales en Buenos Aires. Negritud, blanquitud, afrodescendencia y mestizaje en la blanca ciudad capital. Runa. Archivo para las Ciencias del hombre, (37), (pp 71-87). <https://doi.org/10.34096/runa.v37i1.2226>

Ghidoli, M. L (2020). Los múltiples rostros de la Madre de la Patria. Retratos de María Remedios del Valle, una heroína afrodescendiente en la Argentina contemporánea. En caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA).Nº 16, (pp. 32 – 49).

Golay, I. (2013) Argentina “crisol de razas: ficción y realidad”, en VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

González Bracco, M; Laborde, M; Identidades barriales alter(iz)adas: inclusiones y exclusiones en la patrimonialización del Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires; Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires; 2019; 157-189

Hobsbawm, E y Ranger, T.(2000) Tradiciones inventadas, Planeta, Barcelona.

Hruby, R y Cortés R. (2021) La visibilidad del legado patrimonial Afro argentino en la actividad turística de la Ciudad de Buenos Aires en Revista de Turismo e identidad, V.2 n.2 – dic 2021 – may 2022. Mendoza, pp. 39-66 <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad>

LacARRIERU, M. (2001) “Zonas grises en barrios multicolores: ‘ser multicultural’ no es lo mismo que ‘ser migrante’”, en: SIMPOSIO BUENOS AIRES-NUEVA YORK: Diálogos Metropolitanos entre Sur y Norte, Revista Anais. [s.n], Buenos Aires.

Lamborghini E; Geler L; Guzmán F. (2017) Los estudios afrodescendientes en Argentina: nuevas perspectivas y desafíos en un país «sin razas» Tabula Rasa, núm. 27, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. DOI: <https://doi.org/10.25058/20112742.445>

Maffia, M. (2010). Desde Cabo Verde a la Argentina. Migración, parentesco y familia. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Maffia, M. y Mateo, L. M. (2012). Afroargentinos: presentes, visibles y luchando por sus derechos, en Voces en el Fénix «La última frontera», (21), (pp. 116-121).

Martino, M. C. (2015) Afro/argentinos caboverdeanos de Buenos Aires, procesos históricos, políticos e identitarios desde una perspectiva inter-generacional. (Tesis de doctorado) Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos argentina gov.ar. Recuperado 10
septiembre 2021.
<https://www.argentina.gob.ar/derechoshumanos/promocion/pluralismo/afrodescendientes>

Palacios, C. (2013) *Buenos Aires y sus marcas memoriales: ¿en torno a la conformación de circuitos de memoria?* en X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2013.

Picotti, Dina (comp.) (2001). *El negro en la Argentina. Presencia y negación*, Buenos Aires, Editores de América Latina.

Picconi, M. L. (2006) *Los colores de la discriminación. Procesos de reemergencia afrodescendiente en Córdoba*. Córdoba, Babel Libros.

Schavelson, D (2003) *Buenos Aires Negra. Arqueología histórica de una ciudad silenciada* Buenos Aires, Emecé Editores.

Segato, R. 2017 en Campoalegre Septien, R [et al.] *Más allá del decenio de los pueblos afrodescendientes*, editado por Rosa Campoalegre Septien ; Karina Andrea Bidaseca. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO, 2017. (Antologías del pensamiento social latinoamericano y caribeño / Pablo Gentili)

Sosa, M y D Abusco D. *El turismo como herramienta de recuperación de la memoria socio-histórica: prácticas pre-profesionales en el conurbano* en Giordano, Carlos José y Morandi, Glenda (comps.). *Memorias de las 2º Jornadas sobre las Prácticas Docentes en la Universidad Pública. La enseñanza universitaria a 100 años de la reforma: legados, transformaciones y compromisos*. Universidad Nacional de La Plata: La Plata, 2018

Yao, J. A. (2015) *La prensa Afroporteña y el pensamiento Afroargentino a finales del siglo XIX*. *Historia y Comunicación Social*, 20 (1), (pp.137-175). Recuperado el 24 de agosto de 2021 de <https://link.gale.com/apps/doc/A498802663/IFME?u=anon~b6222804&sid=googleScholar&xid=c22c5>

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

LA PLAYA COMO ESPACIO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICO-RECREATIVAS ASIMÉTRICAS SEGÚN EL GÉNERO Y LA ORIENTACIÓN SEXUAL. CASOS ILUSTRATIVOS EN LA COSTA ATLÁNTICA BONAERENSE

José Ignacio Larreche - joseilarreche@gmail.com

Universidad Nacional del Sur (UNS),

Departamento de Geografía y Turismo.

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Palabras clave: Destinos Litorales - Perspectiva de Género y Diversidad Sexual - Argentina - Imaginarios Turísticos - Turismo Crítico

Introducción

El imaginario turístico de los visitantes posee una fuerte conexión con la libertad, la exploración y la ruptura con lo cotidiano. De hecho, la misma definición de turismo que se desprende de la Organización Mundial del Turismo (OMT) versa sobre un componente espacial contrastante con el entorno habitual de sus protagonistas que puede extenderse a otras experiencias. Esta diferencia dota al destino turístico de un efecto territorial en tanto constructor y posibilitador de otras acciones ya sea actividades, prácticas y/o expresiones no realizadas en las residencias y ciudades de origen, como parte de las motivaciones de quien se desplaza.

El “recorte” espacio-temporal que comprende el turismo (y también la recreación) puede suponer una intención por parte del sujeto de escindirse de la dinámica tradicional a la que se expone el resto del año, especialmente si por tradición también se piensa en normas sociales que pueden pensarse como hegemónicas socio-culturalmente. En este sentido, las experiencias humanas atravesadas por la condición de género y sexualidad en un marco turístico son interesantes de problematizarse, más aún cuando la tipología de destino responde al binomio sol y playa.

En Argentina en general, y en la costa argentina en particular, se ha brindado casi nula atención al espacio litoral desde una perspectiva cultural, siendo mayúsculo el interés por otro tipo de encuadres que van desde aspectos más ambientales como la erosión costera a más sociales como la privatización (Hernández, 2019) y las acciones de sustentabilidad (Benseny, 2008; Maffioni y Testa, 2019) del espacio costero. Asimismo, es escasa aún la curiosidad por el cruce de la práctica turística con los estudios de género y diversidad sexual a nivel nacional (Larreche, 2020), a pesar de que el primer asunto está siendo ampliamente incorporado como dimensión del turismo responsable (Moreno Alarcón, 2018) y el segundo como un nicho de mercado a potenciar, en los últimos años.

Por lo tanto, el propósito de este trabajo es mostrar algunos incidentes críticos en destinos de la costa atlántica bonaerense, vinculados con el género y la orientación sexual, a través de una mirada que prioriza a la playa como construcción socio-cultural. Entonces, desde esta impronta no importa tanto el origen (nacional, regional, internacional), la identidad ciudadana (residente, segundo residente) o la tipología de los visitantes (turista, excursionista) sino los usos y escenas socio-culturales que predominan en la playa desde una inquietud por lo simbólico. Para ello se toman los casos de Mar del Plata y Pehuen C6, dos sitios conocidos por el autor que, a su vez, son interesantes de comparar por su peso diferencial en lo geo-hist6rico, demogr6fico y tambi6n tur6stico a lo largo del mencionado corredor. La investigaci6n tiene un alcance exploratorio y descriptivo, y los

datos se extraen tanto de la observación participante como de la revisión de noticias periodísticas y grupos de Facebook.

Algunos interrogantes de partido han sido: ¿en qué sujetos pensamos cuando pensamos en la playa? ¿de qué forma, involucrados en qué prácticas? ¿qué postales turísticas se han construido en torno a los destinos de sol y playa en Argentina? ¿cómo afecta esta sedimentación mental al accionar de nuevas motivaciones o a la visibilidad de otras expresiones? ¿quién domina la playa? ¿qué diferencias pueden suscitarse entre destinos litorales como Mar del Plata y Pehuen C6 desde este punto de vista? ¿es la experiencia turística un cambio en las posibilidades de plenitud y/o disfrute de la libertad o es un *continuum* que implica sólo un cambio de lugar y de coordenadas paisajísticas?

La construcción del marco teórico se basa en los aportes de la Geografía del Turismo, la Geografía del Género y de las Sexualidades y el Turismo Crítico que, de alguna forma, fueron triangulados para el análisis. Las dos primeras líneas han permitido profundizar sobre la experiencia extraordinaria que significa el turismo en la conexión con la otredad (Jaurand, 2008), ya sea por el exotismo de los destinos, así como por la misma predisposición de los visitantes a redescubrir al otro (Hiernaux, 2009) así como a ellos mismos en estos viajes. Asimismo, estos aportes han hecho un fuerte hincapié en la playa como espacio liminal (Monterrubio, 2015), pero también como espacio heterosexualista (McDowell, 2000). Por otro parte, el turismo crítico (Jiménez et al., 2014) permite sumar la preocupación por los impactos socio-culturales y, si se quiere, mentales que trae aparejada la actividad teniendo en cuenta un diálogo más fluido con contribuciones de otras ciencias sociales, como la antropología, y no sólo con la economía y las ciencias ambientales.

En términos teóricos, se ha optado por el empleo del término playa y no de espacio litoral por el nivel analítico en rigor. Cuando Graciela Benseny (2006) se dispone a definir el espacio turístico litoral, lo hace pensando únicamente en el destino turístico que involucra un espacio con elementos susceptibles de atender a la demanda turística. Entonces, la autora explica acerca de la importancia del acondicionamiento del espacio litoral que, para el consumo turístico, requiere una puesta en valor del recurso natural a través de la construcción de equipamiento específico tales como alojamientos, restauración, vías de transporte y, a su vez, servicios complementarios y otras obras de infraestructura que aseguren el acceso al sitio. En efecto, queda homologado el espacio turístico litoral a una escala local que imposibilita atender comportamientos en el micro-espacios o escalas mayores como la de la playa que, al fin y al cabo, es el soporte material de la práctica en esta modalidad. Así, “la playa se instala en el imaginario como un paisaje identificado con el ocio y la recreación” (Hernández, 2019:3).

La playa es un espacio de libertad, en el que se suspende transitoriamente (al menos, para los veraneantes) la habitual división de la vida en casa y en trabajo y se hace más fluida la frontera entre naturaleza y cultura. “Con la marea baja, adquiere un aspecto más civilizado, se llena de asientos, tumbonas, comida y equipos deportivos, pero se trata de una colonización frágil y temporal” y “en esta anómala franja de arena también se suspenden otros signos de la división entre cultura y naturaleza, porque sus ocupantes se despojan de la ropa que expresa la condición de clase” (McDowell, 2000:244). La imagen que se precipita inmediatamente cuando nos pensamos allí es la experiencia del cuerpo. Tomar sol, encremarse, bañarse en el mar, e inclusive, charlar con alguien en la costa son prácticas “playeras” que subrayan su relación la corporalidad y el deseo (algunos autores europeos hablan de las 4S: *sand, sea, sun and sex* para imprimir esta cuota).

Las playas de Mar del Plata y Pehuen C6, puntualmente las de uso más amplio, responden a los significantes de popularidad y tranquilidad, respectivamente, lo que condiciona muchas prácticas derivadas de la desnudez del cuerpo femenino y del deseo

homosexual, que se transforman en incidentes a considerar. Esto se agudiza por el hecho de que ambos destinos bonaerenses suelen concentrar una demanda masiva en la estación estival, lo que hace que se priorice cierto patrón cultural hegemónico de las prácticas que emergen de un discurso construido. El caso marplatense ha sido paradigmático en el modelo del turismo social/popular en la historia del turismo nacional (Pastoriza, 2008) que instaló una fuerte asociación de este destino con la familia, mientras que Pehuen Có refleja una idea de destino tranquilo y de naturaleza prístina sólo en la medida de la autoridad consuetudinaria.

Referencias bibliográficas

BENSENY, G. (2006). El espacio turístico litoral. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 102-122. <http://nulan.mdp.edu.ar/324/>

BENSENY, G. (2008). La problemática ambiental en urbanizaciones turísticas litorales. *Aportes y Transferencias*, 12(1). <http://nulan.mdp.edu.ar/365/>

HERNÁNDEZ, F. M. (2019). Estudio sobre la mercantilización de las playas en la costa marítima bonaerense. *Estudios Socioterritoriales*, (25). <https://doi.org/10.37838/unicen/est.25-017>

HIERNAUX, D. (2009). Los imaginarios del turismo residencial: experiencias mexicanas. En MAZÓN, T., HUETE, R. y MANTECÓN, A. (Eds.) *Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial* (pp.109-125). Icaria.

JAURAND, E. (2018). Des lieux autres pour un autre tourisme ? Les espaces du tourisme gay. *Bulletin de l'Association de Geographes Français*, 95(4), 492-507. <https://doi.org/10.4000/bagf.3990>

JIMÉNEZ, C. N., NECHAR, M. C., VALDÉS, R. M., y MARTÍNEZ, E. E. V. (2014). La crítica en el pensamiento turístico. *Revista Rosa dos Ventos*, 6(3), 324-341.

LARRECHE, J.I. (2020). Complejizar los estudios en turismo: el turismo LGBT como modalidad turística en Argentina. *Aportes y Transferencias*, 18(2), 27-42. <http://nulan.mdp.edu.ar/3421/>

MAFFIONI, J. y TESTA, J. (2019). Indicadores de sustentabilidad para la gestión ambiental de un destino turístico: el caso de Miramar (Buenos Aires, Argentina). *Aportes y Transferencias*, 17(1), 65-81. <http://nulan.mdp.edu.ar/3217/>

MCDOWELL, L. (2000). *Género, identidad y lugar*. Ediciones Cátedra.

MONTERRUBIO, C. (2015). Construcciones socioculturales de la playa nudista: Entre lo liminar y el homoerotismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(4), 908-923. <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V24/N04/v24n4a08.pdf>

PASTORIZA, E. (2008). El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. *Nuevos mundos, mundos nuevos*. <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.36472>

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS EN TURISMO SOBRE EL IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID-19

Carolina Cohen - ccohen@untdf.edu.ar

CONICET – UNTDF/IDEI

Mariana Morgavi - mmorgavi@untdf.edu.ar

Marisol Vereda - mvereda@untdf.edu.ar

UNTDF/IDEI

Palabras clave: Mercado Laboral Local - Turismo - COVID-19 - Sentimientos - Ushuaia.

Introducción

Ushuaia, ubicada sobre la margen norte del canal Beagle es reconocida como un destino turístico receptor de flujos internacionales y nacionales. Ventajas comparativas y competitivas han influido en el desarrollo de su actividad turística. De las primeras, su belleza paisajística, descrita como un espacio que combina montaña mar y bosque, así como su condición de ser la ciudad más austral y “puerta de entrada” del turismo antártico la caracterizan (Bertoncello, 2006; Vereda, 2007, entre otros). Respecto de sus ventajas competitivas, la construcción en la década de 1990 del aeropuerto internacional “Malvinas Argentinas” y la ampliación del puerto de aguas profundas se destacan por su influencia en su consolidación como destino turístico.

La pandemia COVID-19 generó importantes repercusiones económicas y sociales en el ámbito internacional y nacional, considerando que durante el invierno 2019 se recibieron 84.182 turistas y en la temporada estival 2019/2020 visitaron el destino 345.304 (Instituto Fueguino de Turismo, en adelante: In.Fue.Tur., 2019; 2020). El normal desenvolvimiento del sistema capitalista se vio completamente atravesado por esta crisis. Desde el turismo, diversas organizaciones manifestaron el fuerte impacto que se observó sobre los destinos turísticos, arrojando números que marcaron una reducción significativa o, incluso, estancamiento absoluto de la práctica turística (Niembro, 2021; Organización para las Naciones Unidas, en adelante: ONU, 2020; Llorente Heras, 2020).

Con la intención de complementar y profundizar las investigaciones que se vienen realizando en relación a esta problemática, se decidió abordar este estudio desde el análisis de sentimientos. En general, este tipo de análisis intenta determinar la actitud de un actor social respecto de un tema que permita establecer el estado afectivo y/o emocional de estas personas (Dubiau y Ale, 2013; Ramírez García, 2015), en este caso, afectadas por las condiciones del mercado laboral ante la situación sanitaria mundial.

En este contexto, a través de esta investigación se pretende responder a los siguientes interrogantes ¿Qué sentimientos generó en los guías y choferes de turismo las repercusiones de la pandemia?

¿Cuál es la evaluación sobre el futuro del turismo desde el punto de vista personal y afectivo de estos trabajadores? Para responder a estos interrogantes se propone como objetivos:

- Conocer los sentimientos que genera el turismo como fuente de trabajo.
- Analizar los principales sentimientos que despertó la pandemia por COVID-19 en este grupo de trabajadores.

Desde el proyecto nacional denominado “Programa de investigación Regional Comparativa: Cambios recientes en la estructura social argentina: trabajo, ingresos y desigualdad social en tiempos de pandemia y postpandemia” se han llevado a cabo diversas investigaciones que plantean conocer el impacto del COVID-19 en la estructura productiva de las regiones del país. Ushuaia, centro administrativo, nodo industrial, portuario y turístico y, además, capital de la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (en adelante: Tierra del Fuego, A. e I.A.S) se ha propuesto como una de las localidades de interés para ser analizada en este contexto.

EL LUGAR DE LOS SENTIMIENTOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN EMPLEO TURÍSTICO DE CALIDAD

El análisis de sentimiento ha surgido con más fuerza en el último tiempo debido, fundamentalmente, a la disponibilidad de acceso a la información a través de las redes sociales (Ramírez García, 2015). También llamado minería de opinión, es un campo de estudio que analiza las opiniones, sentimientos, evaluaciones, actitudes de las personas hacia entidades, situaciones y vivencias. Es decir que se define como “el estudio computacional de opiniones, sentimientos y emociones expresadas en textos” (Dubiau y Ale, 2013, p.36). En términos generales, “el análisis de sentimientos intenta determinar la actitud de un interlocutor o usuario con respecto a algún tema (...)” (Sánchez del Hoyo, Rafael. 2019, p. 5).

Dubiau, y Ale (2013) mencionan, además, que una de las características que lo distinguen es el rol que le otorga a las impresiones y emociones, influyendo en todas las actividades humanas. Entre ellas, de particular interés resulta el caso del turismo que se posicionó tradicionalmente en el ámbito de los mercados secundarios de trabajo (Marrero Rodríguez, Rodríguez González y Ramos-Henríquez, 2016). Factores como la baja cualificación, estacionalidad, tipos de contratación y salarios ofertados son variables que han plasmado una mirada negativa en relación con el impacto del turismo en el territorio.

En la actualidad, se reconoce como una práctica con capacidad para transformar el espacio físico e influir y ser influido por los actores que participan en él. Cuando se considera la complejidad que reviste esta actividad, se acepta que su consecución implica concebirlo como un proceso de dimensiones principalmente cualitativas. “Hoy se reconoce la heterogeneidad y especificidad que caracteriza al sector, desde este marco, su participación en la creación de empleo y al crecimiento del PIB son vistos como los principales mecanismos mediante los cuales la actividad contribuye al bienestar de las comunidades en que se desarrolla” (Santana Turégano, 2005, pp. 80). Sin embargo, hablar de empleo y calidad en turismo no es un tema sencillo. Su medición es una de las menos desarrolladas conceptualmente (Oliva y Schejter, 2006) dada la complejidad que implica poder distinguir, muchas veces, aquellos que corresponden exclusivamente a la actividad.

Huizar Rosales Carvantes y Villanueva Sánchez (2016) hacen mención a diversas conceptualizaciones del término destacando que uno de los conceptos más completos es el que plantea a la calidad del empleo como “el conjunto de factores vinculados al trabajo que influyen en el bienestar económico, social, psíquico y de salud de los trabajadores” (Reinecke y Valenzuela, 2000 en: Huizar et al, 2016, pp. 170). Desde este marco, centrar la atención en los sentimientos que despierta la actividad turística como campo de desarrollo profesional permite posicionar al mismo no solo desde su tradicional perspectiva, desde la mirada asociada al crecimiento económico y acumulación, sino también, desde la reflexión respecto a la importancia que juegan las emociones en la determinación de una actividad de calidad.

Metodología

El presente trabajo se sustenta en una metodología cualitativa tomando como población testigo a los y las guías de turismo y a los y las choferes de vehículos, por encontrarse entre los grupos socio-ocupacionales más afectados por la pandemia. Se realizaron entrevistas en profundidad a 20 a guías de turismo y 15 a choferes que fueron recolectadas en el periodo entre diciembre 2021 - marzo 2022. Las entrevistas fueron desgrabadas para luego ser analizadas utilizando el software cualitativo *Atlas.ti*, versión 9.

A partir de las mismas se procedió a la aplicación de procedimientos para su análisis. Por un lado, se indagó sobre aspectos vinculados a la situación laboral de este grupo social, cómo se vieron afectados en el contexto de la pandemia y cuáles son sus expectativas para el futuro. Para ello se procedió a la generación de categorías de análisis agrupando la información según su significado (tabla 1).

Tabla 1: Categorías de análisis

Categorías de análisis
<i>Relación con el turismo</i>
<i>Situación laboral</i>
<i>Asociativismo</i>
<i>Emprendedurismo</i>
<i>Impacto del COVID-19</i>
<i>Reactivación</i>
<i>Expectativas</i>
<i>Salud</i>
<i>Líneas de ayuda</i>

Fuente: Elaboración propia

Por el otro, se llevó a cabo un análisis de sentimientos, técnica que consiste en reconocer expresiones positivas, neutrales y negativas en el discurso de los entrevistados. En palabras de Sánchez del Hoyo (2019), se trata de una tarea de clasificación masiva de documentos de manera automática, que se centra, entre otras cosas, en catalogar los documentos en función de la connotación positiva o negativa del lenguaje utilizado en el mismo a partir de relaciones estadísticas y de asociación.

A través del software mencionado se buscaron párrafos que expresen diferentes emociones asociadas al tema de investigación. Para ello se procedió a una secuencia de trabajo, donde el programa genera automáticamente la distinción de párrafos que contienen sentimientos positivos, neutrales y negativos. Los mismos fueron luego chequeados manualmente y corregidos en caso de que así se considerará. Una vez obtenida la información se procedió a su análisis.

Resultados y conclusiones preliminares

A partir de los análisis realizados, los resultados reflejan una fuerte relación y sentido de pertenencia de los y las guías y choferes de turismo. Los sentimientos expresados se asocian principalmente a una mirada positiva en relación al turismo como fuente de trabajo. El mayor número de los entrevistados afirmó que, además de que el turismo forma parte fundamental de su economía familiar es necesario tener vocación para sostener esta actividad en el tiempo, “trabajar en turismo es algo que te tiene que gustar” (E29 Chofer de vehículo). En algunos casos se argumentó que si bien no es su única vía de ingreso se trata de una actividad que año a año se vuelve a elegir.

La situación laboral que caracteriza a esta actividad se encuentra comúnmente asociada a la inestabilidad, principalmente por la estacionalidad o tipo de contratación que suele atravesarla. Sin embargo, sin desconocer esta particularidad, el mayor porcentaje de los entrevistados manifiesta un sentimiento positivo en relación a esta actividad o neutral respecto a los criterios de contratación. Esta situación se da especialmente en el caso de los y las guías de turismo quienes organizando su temporada de trabajo pueden sacar un rédito económico importante: “(...) y económicamente me rinde muy bien siendo freelance, hago un Parque y a las dos de la tarde ya quedo libre” (E3 Guía de turismo).

Referido al impacto de la pandemia en el sector, se destaca que los sentimientos negativos se posicionaron como principales exponentes en esta categoría. En la mayoría de los casos se advirtió que han podido sobrellevar la situación sin mayores inconvenientes en términos económicos, gracias a diversas acciones generadas por los mismos grupos de trabajadores o bien por las ayudas estatales. Sin embargo, fue la cuestión de salud asociada a la estabilidad emocional la que más se destacó, “(...) la incertidumbre de no saber ni cuánto más iba a durar, ni cuándo iba a empezar a quedarme sin plata, lo que les pasaba a todos, me parece” (E25 Guía de turismo). Asociado a esta situación se observa que el grupo de guías ha demostrado mayor capacidad de transformación y adaptación al contexto lo que se tradujo en sentimientos positivos o neutrales respecto a sus posibilidades de diversificación.

A pesar del sentimiento que ha despertado la pandemia por COVID-19 en ambos grupos de trabajadores hay una mirada positiva en relación a su reactivación y expectativas a futuro. Se reconoce que no será de manera inmediata, pero el mayor porcentaje de entrevistados manifestó que ya empiezan a sentir los efectos de la puesta en marcha de la actividad. “(...) digamos, a pesar del año largo que tuvimos sin nada, se ve bastante favorable, por lo que se ve la actividad del turismo, porque bueno, turismo nacional, años atrás se veía poco y nada acá, era mucho más extranjeros” (E32 Chofer de vehículo).

Estas primeras aproximaciones a los resultados permiten reflejar la relación que tienen los y las guías y choferes de turismo con esta actividad. Su vínculo y su vocación. Se confirma el fortísimo impacto de la pandemia en el sector, principalmente en este grupo de trabajadores y queda evidenciada la alta vulnerabilidad de ambos grupos a partir de las condiciones laborales que los caracteriza. Sin embargo, se destaca también que es una actividad que genera sentimientos principalmente positivos y que es elegida más allá de las dificultades que pueda presentar.

Referencias bibliográficas

- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. In M. L. Geraiges de Lemos, Amalia Inpes; Arroyo, Monica; Silveira (Ed.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 317–335). CLACSO. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/18berton.pdf>
- Dubiau, L., & Ale, J. M. (2013). *Análisis de sentimientos sobre un corpus en español: Experimentación con un caso de estudio*. 14th Argentine Symposium on Artificial Intelligence, 36–47. <http://42jaiio.sadio.org.ar/proceedings/simposios/Trabajos/ASAI/04.pdf>
- Huízar, M. de los A.; Rosales Carvantes, G. y Villanueva Sánchez, R. (2016). Turismo y empleo de calidad ¿Una relación posible? En S. M. Arnaiz, y C. Gauna (eds.), *Los retos del turismo* (pp.167-183), Universidad de Guadalajara. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/305399956_Turismo_y_empleo_de_calidad_Una_relacion_posible.

- In.Fue.Tur. (2019). Indicadores de temporada invernal. Gobierno de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Recuperado de: <https://infuetur.gob.ar/estadistica/temporada>.
- In.Fue.Tur. (2020). Principales indicadores de turismo. Temporada estival 2019/2020. Gobierno de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Recuperado de: <https://infuetur.gob.ar/estadistica/temporada>.
- Llorente Heras, R. (2020). *Impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo: Un análisis de los colectivos vulnerables*. Serie: Documentos de Trabajo 02/2020. Recuperado de: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/691084>.
- Marrero Rodríguez, J. R.; Rodríguez González, P. y Ramos-Henríquez, J. M. (2016). La flexibilidad laboral en el sector turístico. Un análisis a partir de las ofertas de empleo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25 (2).
- Niembro, A. y Calá, C. D. (2021). El potencial impacto económico de la pandemia por COVID-19 en las regiones argentinas y sus patrones productivos sectoriales en el período abril-junio de 2020. *Estudios gerenciales*, 37 (159), 210-205. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v37n159/0123-5923-eg-37-159-210.pdf>.
- Oliva, M. y Schejter, C. (2006). El empleo en las ramas características del turismo en Argentina. *Aportes y Transferencias*, 10, 2, 36-68.
- Organización para las Naciones Unidas (2020). *La COVID-19 y la transformación del turismo*. Informe de políticas 2020. Recuperado de: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf.
- Ramírez García, M. (2015). *Combinación de clasificadores para el Análisis de Sentimientos*. (Tesis de Maestría). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Santana Turégano, M. A. (2005). Turismo, empleo y desarrollo. *Papers*, 77, 74-104
- Vereda, M. (2007). Análisis de la relación de Ushuaia con el turismo Antártico desde su rol de puerta de entrada marítima. Una aproximación desde los indicadores socio-económicos para la temporada 2005/2006. *Actas VIII Jornadas Nacionales y II Simposio Internacional de Investigación - Acción En Turismo*, 7-9.

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

SENTIDOS Y PRÁCTICAS VECINALES ACERCA DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN CHAPADMALAL (BUENOS AIRES)

Mariangel Cacciutto - cacciutto@mdp.edu.ar
Grupo de Investigación Turismo y Sociedad
CIEyS – UNMdP

Palabras clave: Sentidos y Prácticas - Turismo en Base Local - Organizaciones de la Sociedad Civil – Asambleas Ciudadanas - Chapadmalal.

Introducción

Ubicada al sudeste de la Costa Atlántica Bonaerense, Chapadmalal constituye una localidad menor¹ del litoral del Partido de General Pueyrredón (Ares, 2020). Se fue conformando en su carácter periurbano a partir del loteo de una estancia agrícola ganadera iniciado a mediados de la década del '30 con el objetivo de conformar un reducto de segundas residencias para la elite porteña que buscaba distinguirse en sus prácticas de ocio al alejarse del centro de Mar del Plata, donde ya primaba la masificación de la práctica turística a partir del acceso de clases medias y medias bajas (Castillo, 2018; Ares, 2011), si bien este proyecto inmobiliario quedó trunco, la actividad turística ha estado presente en la localidad desde entonces, y en contexto de pandemia se evidenció un crecimiento significativo de oferta y demanda turística (Cacciutto y Roldán, 2021).

En la actualidad, la localidad está compuesta por seis barrios costeros unidos por el eje vertebrador Paseo Costanero Sur Presidente Illia. Este paseo forestado, que enmarca la ruta 11 desde el Faro de Punta Mogotes hasta la localidad de Miramar, es la antesala del sector de playa, y desde el año 1995 posee estatus de reserva turística y forestal municipal (OCD 10011/95). En este espacio se encuentran las Unidades Turísticas Fiscales (UTF), administradas por el estado local y generalmente concesionadas a privados para la explotación balnearia y de servicios turísticos complementarios.

A partir de la pandemia por Covid-19, la localidad se ha reconfigurado a partir de movi­lidades de distinto tipo (migrantes por estilo de vida y turistas provenientes de centros urbanos), teniendo en cuenta que las características de riqueza ambiental y paisajística, así como también la baja densidad demográfica coinciden con los requerimientos de la demanda en este particular contexto (referencia a Vargas Sánchez, 2020 en ponencia completa). Lo anterior se da en sincronidad con un proceso de valorización de la tierra y de atracción de inversiones inmobiliarias que progresivamente ha ido en aumento en la zona².

En lo que respecta a la sociedad local, existe una variedad de organizaciones de la sociedad civil (OSC) y colectivos: asociaciones vecinales de fomento, un club social y deportivo, asociaciones para el desarrollo cultural y turístico, colectivos que difunden la permacultura, la agroecología, la soberanía alimentaria y el buen vivir (sumaj kawsay) como modalidades de desarrollo humano y territorial. Por otro lado, se destacan las asambleas ciudadanas vinculados al conflicto por la privatización del espacio público de

¹Según Ares (2020) una localidad menor se define en función de la cantidad de habitantes. En su estudio, incorpora a localidades del Partido de General Pueyrredon con menos de diez mil habitantes (Chapadmalal posee 4112 habitantes según INDEC 2010).

² “Chapadmalal atrae inversiones y promete ser el José Ignacio de la Argentina”

<https://www.lanacion.com.ar/propiedades/tendencia-chapadmalal-se-revaloriza-con-nuevos-habitantes-e-inesperadas-inversiones-nid29072021/>. Fecha de Consulta: Agosto 2021

playa y a la preservación ambiental. Sumado a lo anterior, en 2022 se conformó un foro social de vecinos e instituciones para generar un ordenamiento territorial en base comunitaria.

De un diagnóstico del capital social cognitivo y estructural presente en las mencionadas organizaciones³, emergen valoraciones positivas hacia la construcción comunitaria del barrio y la localidad y se observan variados ejemplos de confianza, solidaridad y cooperación. En cuanto al capital social estructural, se evidencia un tejido asociativo denso y dinámico, que busca cubrir las dificultades en la vida cotidiana dado el carácter periférico de la localidad, y hacer frente a conflictos vinculados a la prestación de servicios urbanos y a la apropiación privada del espacio público.

En función de lo anteriormente expuesto, la presente ponencia, enmarcada en el proyecto de investigación Actores Locales y Desarrollo Turístico-Recreativo en el Sur del Partido de General Pueyrredon (Buenos Aires). Parte II, tiene por objetivo analizar los sentidos que organizaciones de la sociedad civil, asambleas y colectivos de Chapadmalal construyen acerca del desarrollo turístico de su territorio, así como también dar cuenta de las prácticas que se llevan a cabo para hacer frente a las externalidades del modelo actual, así como también para materializar propuestas alternativas en base comunitaria.

Marco teórico de referencia

En cuanto al turismo en tanto forma de expansión del capital, cabe destacar que los modos de apropiación del territorio para la reproducción del capital “describen diferentes formas de organizar la apropiación de distintos recursos naturales (como materia, energía o procesos ecológicos), para atender fines humanos, en sus contextos sociales y ambientales” (Gudynas, 2016, p. 101). Lo anterior va en línea con la definición de capitalismo turístico, entendido como “un modelo de explotación de recursos paisajísticos y culturales basado en las leyes del mercado, estableciendo el rol de la competencia como motivación de desarrollo y la escasez de controles normativos ambientales y laborales como atracción de inversiones” (Martín Hernández, 2008, p. 372).

Esta perspectiva parte de los aportes críticos de David Harvey para entender las transformaciones que se dan en los entornos urbanos a partir del desarrollo de la actividad turística, proceso que se acelera en el caso de “las comunidades receptoras localizadas sobre la costa, ya que la industria turística se apropia de los espacios con alto valor paisajístico para invertir en infraestructura y servicios para satisfacer las necesidades de la demanda” (Aguilar, Palafox Muñoz y Ortiz, 2015, p. 28).

Ahora bien, para entender las manifestaciones particulares de la apropiación turística en la CAB, se retoma la problemática de la urbanización y se complementa con el concepto de balnearización, concepto que remite a la urbanización del espacio de playa con el objetivo de atender las necesidades de los usuarios-turistas, siendo una de esas modalidades el parcelamiento del espacio para el asentamiento de inversiones comerciales y recreativas y la consecuente creación de espacios de servicios privados (Mantero, 2006).

En línea con lo anterior, en algunos sectores de la CAB se vislumbra una fase de neo exclusivismo turístico, referido a “un nuevo modelo urbano-turístico de carácter exclusivo y selectivo, que difiere del desarrollado a fines del siglo XIX y principios del XX por las nuevas formas culturales de sociabilización, de auto segregación espacial, de interacción y de transformación del medio natural” (Martín Hernández, 2010, p. 11-12).

³ Resultados del proyecto de investigación “Actores Locales y Desarrollo Turístico-Recreativo en el Sur del Partido de General Pueyrredon (Buenos Aires)” (2019-2021). Secretaría de Ciencia y Técnica UNMdP.

Sin embargo, el turismo también está permeado por lógicas contrahegemónicas, a partir de experiencias a pequeña escala, sobre todo en ámbitos rurales (Cañada, 2009) aunque también se evidencian en entornos periurbanos y urbanos (Somoza, 2011), que tienen que ver con la gestión comunitaria de espacios y bienes comunes y con su capacidad de generar desarrollo endógeno (Martín Hernández, 2008) o sustentable (Johnston, 1995). Desde el punto de vista de la producción social del espacio turístico, implica que la expansión turística debe someterse a las reglas del juego establecidas desde lo local, en base a una ética del respeto por las comunidades de acogida (Rozo, 2012).

Se trataría entonces de pasar del turismo anclado en una lógica de la demanda a una lógica de la oferta (Johnston, 1995) que propicie el protagonismo de la sociedad local en su gestión y beneficios. Ruiz Ballesteros (2017, p. 2) se pregunta “¿Acaso no se pretenden como deseables la agroecología, la pesca artesanal o la ganadería ecológica?” En definitiva, se trata de insertar la problemática acerca de otro turismo posible, tal como se plantea desde otros sectores de la economía que vienen trabajando formas alternativas a nivel nacional y local.

Estas iniciativas pueden agruparse bajo la denominación de Turismo en Base Local (TBL) que refiere a la “participación local en la planificación, desarrollo, gestión y reparto de beneficios del turismo” (Ruiz Ballesteros, 2017, p. 3), sin embargo, se trata de un término polisémico en tanto su configuración varía sustancialmente en función del contexto.

Uno de los factores clave para el desarrollo del TBL, el cual permite comprender el éxito o el fracaso de estas iniciativas, tiene que ver con la construcción de comunidad como marco de la acción colectiva. En este sentido, Ruiz Ballesteros (2017) considera que, si bien este factor se vincula al capital social, desarrollar la categoría comunidad presenta mayor riqueza heurística. En este sentido, el autor entiende comunidad como un proceso, es decir, como la capacidad de acción colectiva que posee una sociedad local. De este modo, se explica la comunidad a partir de procesos y prácticas cotidianas “cuya dimensión política y práxica resulta de mayor relevancia que la estructural o simbólica (aun incluyéndolas)”. En definitiva, “no puede haber turismo de base local sin un proceso paralelo de construcción de comunidad” (p. 5).

Metodología

El estudio se llevó a cabo desde un abordaje cualitativo, a partir de la realización de entrevistas semiestructuradas a representantes de organizaciones de la sociedad civil, asambleas y colectivos de la localidad que ejercen nuevas forma de ciudadanía al salir de la subintegración urbana (Dagnino, 2004) y son interpeladas por los impactos del turismo en la localidad; a su vez, piensan y actúan en el territorio, desde una vertiente creativa, que implica pasar del diálogo de saberes al diálogo de haceres (Bozzano y Cannevari, 2020). A su vez, se realizó observación participante en asambleas vecinales y en el Foro Social de Chapadmalal. El estudio se complementa con la recurrencia a fuentes secundarias (noticias periodísticas, contenido de redes sociales, informes institucionales, entre otros). Los datos fueron analizados en forma manual a partir del uso de matrices.

Las OSC, colectivos y asambleas ciudadanas analizadas son: Asamblea Luna Roja, Asamblea Salvemos Paradise, Asamblea por el Humedal, Asamblea por los Bienes Comunes Santa Isabel, Foro Social de Chapadmalal, OSC Casa del Encuentro, Guardavidas Autoconvocados Reserva Dunícola Sur, OSC La’Pai y AVF Playa Los Lobos.

Resultados y conclusiones

Los residentes pertenecientes a OSC, asambleas ciudadanas y colectivos coinciden en que el turismo forma parte de la identidad de Chapadmalal en tanto es una de las actividades económicas que caracterizan la localidad desde su inicio como urbanización.

Sin embargo, también lo definen como una práctica socialmente excluyente, en tanto la expansión en la privatización del espacio de playa a partir de la década del '70 (Balneario Ex IOSE en barrio Santa Isabel y balneario El Marquesado en el barrio homónimo) y '90 (Torres de Manantiales Spa de Mar) ha puesto en juego el derecho de los residentes a la práctica recreativa.

Acerca de la configuración actual del turismo, la mayoría de las organizaciones analizadas coinciden en la necesidad de su ordenamiento y planificación con un rol protagónico de la sociedad local, es decir, están a favor de un desarrollo de emprendimientos privados que respeten los parámetros del Código de Ordenamiento Territorial (COT), en tanto ya se evidencian los impactos de un crecimiento espontáneo: desborde de residuos, escasez de agua en temporada estival, contaminación acústica, así como también expansión de emprendimientos de alojamiento, gastronomía y recreación en áreas residenciales.

Respecto de las prácticas, entendidas en términos de acción colectiva, las asambleas ciudadanas de la localidad llevan adelante acciones legales para garantizar el cumplimiento de la normativa que regula el uso de la costa, las concesiones de balnearios y su funcionamiento, así como también el plexo normativo turístico y ambiental. A su vez, recurren a diversas acciones de protesta a las cuales adhieren vecinos y turistas.

Cabe destacar que, en el presente año, a raíz de un intento del estado local por modificar algunos lineamientos del COT (pase de zona residencial a zona comercial) e introducir una reglamentación de cabañas, vecinos de la localidad constituyeron el Foro Social de Chapadmalal. Este foro busca generar una propuesta de ordenamiento territorial consensuada comunitariamente consensuada, donde se incluye al turismo como una de las vertientes de intervención. Si bien el estado local ha sido convocado a participar, la propuesta se encuentra motorizada por vecinos y cuenta con el asesoramiento de investigadores y extensionistas de la UNMdP.

En el marco de este foro se han generado comisiones de trabajo sobre temas considerados por la comunidad como estratégicos: planificación urbana, agua, producción agroecológica y turismo, considerado este último como un eje transversal al resto.

Los sentidos otorgados al turismo alternativo por parte de la comunidad refieren a la sostenibilidad de la práctica en términos ambientales y a su adecuación a la configuración territorial como localidad costera, periurbana y con riqueza natural y paisajística. A su vez, las propuestas que emergen referidas a la autogestión de espacios públicos y la constitución de cooperativas vecinales también dan cuenta de una sensibilidad hacia la gestión comunitaria de bienes comunes (la playa, la reserva, el humedal) y de servicios turísticos (posibilidad de generar, por ejemplo, una cooperativa de explotación balnearia).

La localidad de Chapadmalal dentro del Partido de General Pueyrredon presenta características que la identifican con Mar del Plata (el capitalismo turístico en su particular configuración local), sin embargo, el denso tejido asociativo interbarrial, la construcción comunitaria de sentidos y prácticas en torno a los conflictos barriales identificados, dan cuenta de la oportunidad para constituirse en un caso paradigmático dentro del Partido, un laboratorio para pensar otra gestión del turismo posible.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, A., Palafox Muñoz, A. y Ortiz, J. S. A. (2015). El turismo y la transformación del paisaje natural. *Noésis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(47), 19-20.
- Ares, S. E. (2020). El otro territorio. Transformaciones sociodemográficas y género de vida en las localidades menores de la provincia de Buenos Aires. El caso del partido de General Pueyrredon. (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2275>
- Ares, S. E. (2011). Espacio de vida cotidiano, espacio vivido y territorio en Chapadmalal, Partido de General Pueyrredon (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/109>
- Bozzano, H. y Canevari, T. (Coords.) (2020). *Transformar diálogos de saberes en diálogos de haceres: ciencia, comunidad y políticas públicas*. La Plata: EDULP, 2020.
- Cacciutto, M. y Roldán, N. G. (2021). Turismo y comunidad residente en el contexto Covid-19: el caso de Chapadmalal (Partido de General Pueyrredon, provincia de Buenos Aires). In Pérez Stocco, S. B. y Wilde, S. V., (Eds.), *II Congreso Internacional de Investigación en Turismo e Identidad. Nuevas miradas interdisciplinarias, científicas e innovadoras en contexto de pandemia* (pp. 18-19). Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Filosofía y Letras.
- Cañada, E. (2009). Perspectivas del turismo comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales. *Revista Pueblos*, 41.
- Castillo, R. (2018). La estancia Chapadmalal y la urbanización costera sur. Ponencia presentada en *VI Jornadas de Arqueología e Historia de las Regiones Pampeana y Patagónica*. Museo Arqueológico Guillermo Magrassi.
- Dagnino, E. (2004). ¿Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando? En D. Mato (Coord.) *Políticas de Ciudadanía y Sociedad Civil en tiempos de globalización*. Caracas: FaCES, Universidad Central de Venezuela. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Venezuela/facesucv/20120723055520/Dagnino.pdf>
- Gudynas, E. (2016). Modos de producción y modos de apropiación, una distinción a propósito de los extractivismos. *Actual Marx/Intervenciones*, 20, 95-121.
- Johnston, A. M. (1995). *A critical review of alternative tourism: full fare tourism? A case study of Mundo Maya* (Tesis Doctoral). University of British Columbia. Canadá.
- Mantero, J. C. (2006). Urbanización y balnearización del litoral atlántico. En F. I Isla y C. A Lasta (Eds.) *Manual de manejo costero para la Provincia de Buenos Aires* (pp. 167-204). Mar del Plata: EUDEM.
- Martín Hernández, F. (2010). La neoexclusividad turística en el litoral marítimo bonaerense: nuevas prácticas, nuevos escenarios, nuevos paisajes. En *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*. Universidad Nacional de La Plata.
- Martín Hernández, F. (2008). Hacia un modelo de desarrollo turístico alternativo en los pueblos balnearios del Sudeste Bonaerense. *Boletín geográfico*, (31), 367-388.
- Rozo, E. (2012). La producción de los territorios turísticos. Algunas reflexiones desde las categorías de modernidad y posmodernidad. *Revista de ciencias sociales, segunda época* 21, 67-22.
- Ruiz Ballesteros, E. (2017). Claves del turismo de base local. *Gazeta de Antropología*, 33(1).

Somoza, A. (12 de Mayo de 2011). Por un turismo urbano participativo. Reunión de trabajo llevado a cabo por la Red de Turismo Comunitario Barrio Sur y Palermo. Montevideo, Uruguay.

Vargas Sánchez, A. (2020). Entender el turismo post-coronavirus: posibles escenarios en F. J. Buazá Martorell y F. J. Melgosa Arcos (Dir.), *El Turismo después de la Pandemia Global. Análisis, Perspectivas y Vías de Recuperación*. España: AECIT.

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

EL OCIO EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19: LOS TIEMPOS, PRÁCTICAS Y VIVENCIAS DE LOS DOCENTES, ESTUDIANTES Y GRADUADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE MAR DEL PLATA

María José López - lopezmj@mdp.edu.ar

Joaquín Testa - joaquintesta@hotmail.com

Julieta Maffioni - julietamaffioni@mdp.edu.ar

Marcela Bertoni - marber@mdp.edu.ar

*Universidad Nacional de Mar del Plata,
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.*

Palabras clave: Ocio - Tiempo libre - Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio - Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

Introducción

La pandemia por COVID-19 en conjunto con el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO) dispuesto en la Argentina para evitar la propagación del virus, durante gran parte del año 2020, significaron un cambio sustancial en los ritmos, espacios y prácticas de vida cotidiana.

Las medidas desalentaron la circulación de las personas e implicaron una resignificación y reorganización de los tiempos de permanencia en el hogar. En este contexto, la población debió replantear y redefinir sus hábitos cotidianos, respecto de los usos de tiempo y espacio y, en particular, respecto del trabajo, la educación y el ocio.

Este nuevo escenario generó una situación paradójica, en tanto que, al tiempo que se restringían las posibilidades convencionales asociadas a las prácticas de ocio, el mismo adquiría una relevancia central para el bienestar y como ámbito de descanso, diversión y realización personal. Por lo cual, se presentaba el desafío y la necesidad de generar nuevas alternativas para vivenciar el ocio, entendiendo que su ausencia se puede ver como fuente de aburrimiento y alienación, falta de creatividad e iniciativa y propiciar efectos nocivos como la ansiedad, el miedo y los consumos dañinos o excesivos.

El trabajo partió del interrogante de si el aislamiento podría resultar una oportunidad para la sociedad para hacer uso crítico, liberador y creativo del tiempo libre, pudiendo incluso favorecer una mudanza de valores hacia sociedades más justas y sustentables. Sin embargo, se presentaban condicionantes vinculados, por un lado, a la incertidumbre generada por la coyuntura que imponía restricciones a la libertad de elección y, por el otro, a la falta de educación para el ocio. Esto suponía limitaciones en la capacidad de innovación para aprovechar el espacio/tiempo de ocio.

Ante la situación de contingencia generada por la pandemia, se comenzaron a desarrollar diversos estudios tanto a nivel nacional como internacional sobre los impactos del confinamiento sobre la vida de las personas en distintos ámbitos. Particularmente en el mercado laboral, la educación, el turismo y el ocio, entre otros (algunos de estos ejemplos pueden verse en Weller et al, 2020; Ruiz, 2020; Tovar Torres, 2021; Navarro Drazich, 2021; Lazcano et al, 2022).

Para el ámbito educativo universitario en Argentina, la pandemia implicó una adaptación y cambio en las formas tradicionales de enseñanza y aprendizaje. De hecho, en el caso de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP), la actividad presencial se fue retomando con normalidad recién en los primeros meses de 2022.

En consecuencia, el marco del inesperado e incierto escenario de la pandemia resultaba de interés para indagar acerca de las implicancias del aislamiento en la comunidad universitaria, para conocer, en particular, los cambios específicos en el tiempo libre y las prácticas de ocio. Por lo cual, el objetivo del trabajo se orientó a conocer y analizar los tiempos, prácticas y vivencias de ocio de los docentes, estudiantes y graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCEyS) de la UNMDP.

Los resultados alcanzados dan una aproximación a la forma en que los encuestados vivenciaron el ocio en la cuarentena, revelando aspectos tanto objetivos como subjetivos de la experiencia. Esto permite reflexionar sobre los cambios y continuidades, funciones y sentidos del uso del tiempo libre y aporta conocimiento para potenciar su efecto transformador.

Marco teórico de referencia

El confinamiento en el hogar, producto de las restricciones de movilidad y contacto social ocasionadas por la pandemia del Covid-19, han afectado directa y repentinamente los espacios y tiempos de las prácticas cotidianas. Esta inesperada situación ha provocado pérdida de hábitos, cambios en rutinas y un estrés psicosocial, impactando en el bienestar de las personas. Esta nueva realidad afectó el tiempo disponible y sus usos y, en consecuencia, las actividades de ocio se han visto modificadas sustancialmente, con distintos matices que van desde usos alienantes hasta creativos y regeneradores del tiempo libre. Asimismo, este nuevo contexto ha revalorizado el ocio como elemento significativo de la calidad de vida y como valor central en la sociedad actual.

El ocio presenta tres importantes elementos constitutivos. El componente temporal, que se refiere a que toda vivencia de ocio transcurre en un tiempo y necesita de un tiempo de gestación y desarrollo. El componente de la actividad, es decir, el tipo de actividad recreativa que elige para disfrutar del ocio. Y, el componente de la experiencia, referido a la forma en que se vive y que significa el ejercicio de la actividad escogida y los efectos que da la experiencia en cuanto a libertad de elección, creatividad, satisfacción, disfrute, placer y felicidad (Tabares Fernández, 2005).

Sin embargo, en el imaginario colectivo, al tiempo libre se lo considera como sinónimo de tiempo de ocio. Sin dudas, la disponibilidad de un tiempo libre en función de la ausencia de obligaciones biológicas, socioculturales o laborales ofrece un ámbito temporal lleno de posibilidades. Pero su aprovechamiento y alcance dependerá del grado de libertad (autocondicionamiento o heterocondicionamiento) de las elecciones personales y la capacidad de decisión creativa y consciente de los individuos sobre lo que desean realizar en su tiempo. Es decir, que el ocio cobra entidad en el tiempo que el hombre lo emplea de modo autocondicionado y donde lo central es el valor de la vivencia acontecida (Munné, 1995).

El tiempo, en cuanto tiempo social, es considerado algo objetivo, medible y cuantificable, a partir del tipo de actividad realizada; pero la experiencia, en cuanto vivencia humana, ha de conectarse necesariamente a la vertiente personal y subjetiva, en la que resulta difícil cuantificar los momentos y los efectos del proceso (Pujol 2008 y Cuenca, 2009).

Según Cuenca (2009) el ocio es un derecho fundamental reconocido universalmente y es, o debiera ser, una experiencia humana integral y compleja, centrada en actuaciones queridas (libres, satisfactorias), autotélicas (con un fin en sí mismas) y personales (con

implicaciones individuales y sociales), relacionada con el sentido de la vida y los valores de cada uno. Asimismo, la vivencia puede oscilar desde la mera captación y aceptación de la experiencia, realizar algo que nos gusta sin más, a la inmersión receptiva y contemplativa, capaz de proporcionarnos una experiencia intensa, inolvidable, catártica.

Sin dudas, es el ámbito donde se demuestra la elección y el ejercicio de valores. Lo que somos y pensamos se refleja, de manera explícita o implícita, en las prácticas de ocio. Por un lado, pueden existir prácticas de ocio caracterizadas por ser alienantes, ausentes, nocivas y consumistas. Pero, por otro lado, pueden realizarse prácticas de ocio creativas, solidarias, lúdicas, ecológicas, terapéuticas y festivas que pueden abrir posibilidades para la construcción de sociedades más humanas, justas, inclusivas, participativas, solidarias y felices (Elizalde, 2010).

Del mismo modo que una adecuada preparación para el trabajo es un excelente camino para desarrollar profesionales, la preparación para el ocio es el mejor camino para vivir una vida más satisfactoria. El ejercicio de un ocio digno y solidario exige formación y dedicación (Cuenca, 2009),

La reivindicación del valor del ocio como aspecto importante en la vida humana, requiere trascender los imaginarios que lo ubican como algo sin valor y apenas merecedor de alguna atención. El ocio puede ser un tiempo/espacio social para pensar, decidir y elegir que fomente el empoderamiento, contribuya a agudizar sensibilidades y ayude a la comprensión de los otros, estimulando el pensamiento crítico sobre las sociedades para la transformación social en búsqueda de un mundo más humano y solidario. No obstante, para avanzar en este camino es necesario generar una actitud reflexiva, creativa y contrahegemónica en el uso del tiempo libre donde el rol de la educación para el ocio es central.

En este sentido, el contexto de la pandemia por COVID-19 puso en foco la importancia del ocio y sus implicancias en la salud física y mental de las personas. Durante los meses posteriores al confinamiento, establecido a nivel global, se comenzaron a publicar diferentes estudios que analizan estas cuestiones en los términos referidos en los párrafos precedentes (como Lazcano et al, 2022; Reyes et al, 2022; entre otros).

Metodología

Para llevar a cabo el estudio, se optó por un diseño exploratorio descriptivo que se orientó a conocer aspectos objetivos y subjetivos en relación al ocio de los miembros de la comunidad educativa de la FCEyS de la UNMdP, en el marco del confinamiento.

En tal camino, se elaboró una “Encuesta sobre ocio y aislamiento social” que consistió en un cuestionario estructurado. Se plantearon 16 preguntas cerradas con diferentes opciones de respuesta (de elección única, de elección múltiple, dicotómicas)

El formulario fue difundido a través del correo institucional y las redes sociales de la FCEyS (Instagram, Facebook y Twitter). La misma fue aplicada a docentes, estudiantes y graduados de dicha institución y realizada de manera on-line entre los días 28 de abril y 8 de mayo de 2020. En total se obtuvieron 736 respuestas: 113 docentes, 442 estudiantes y 181 graduados.

Se trata de una muestra no probabilística que no permite realizar inferencias, pero los resultados constituyen una primera aproximación a la incidencia del ASPO en las prácticas de ocio de la comunidad educativa de la facultad.

Para la recolección de datos, el cuestionario se estructuró en cuatro bloques, a saber:

- El perfil de los encuestados, indagando el sexo, la edad, su rol en el ámbito universitario (docente, estudiante o graduado) y con quién convivió en el aislamiento

- La dimensión temporal, la percepción del tiempo libre y las obligaciones durante el aislamiento, donde se preguntó respecto a la disponibilidad, la distribución y organización del tiempo entre las obligaciones y las actividades dedicadas al ocio y los usos del tiempo en la cuarentena.
- Las actividades de ocio, en el cual se consultó sobre las prácticas -no obligatorias, elegidas y deseadas- realizadas durante el período de aislamiento, su frecuencia y los cambios y/o incorporación respecto de las actividades habituales.
- El componente de la experiencia, en donde se preguntó sobre las funciones y contenido del ocio en términos de hábitos alienantes o transformadores.

Resultados y conclusiones

Los resultados de la encuesta, reflejaron que, respecto al perfil de los encuestados, casi dos tercios fueron mujeres y un tercio, hombres. Respecto a sus roles, la mayoría fueron estudiantes, seguidos por los graduados y por último los docentes. El segmento etario más representativo estuvo conformado por los menores de 30 años, seguido por los de entre 30 y 50 años y en último lugar, los mayores de 50 años. Por último, sobre la convivencia, más de la mitad manifestó estar con su Familia; de los restantes, la mitad en Pareja y un cuarto Solo/a. Una porción muy pequeña parte vivía Solo/a con hijos/as u Otras opciones.

Sobre el componente temporal, acerca de la disponibilidad, la mayoría de los docentes percibió una disminución de su tiempo libre, mientras que la mayoría de los estudiantes y graduados notó un aumento. La organización del tiempo entre las obligaciones y las actividades de ocio fue lograda a medias por los docentes y estudiantes; mientras que los graduados son quienes lograron administrarse mejor. En cuanto a las ocupaciones, la mayoría de los docentes y graduados indicaron trabajar desde su hogar y realizar tareas domésticas. Además, gran parte indicó el cuidado o asistencia a niños o adultos mayores. Mientras que para los estudiantes, la ocupación primordial estuvo vinculada con el estudio, en combinación con tareas domésticas.

En relación al componente de la actividad, las prácticas de ocio realizadas con mayor frecuencia, en los tres grupos, estuvieron mediadas por la tecnología: navegar por internet, utilizar redes sociales, comunicarse con familiares y amigos, o ver series y películas. Dentro de las actividades incorporadas en la cuarentena, la mayor parte de los docentes incluyeron los juegos de mesa; y la mayoría de los estudiantes y graduados, cocinar por placer.

Acerca del componente de la experiencia, las funciones se vincularon principalmente a ponerse al día con tareas relegadas, con algunas variantes en los tres grupos. Por otro lado, los estudiantes fueron el grupo de encuestados que manifestaron en mayor proporción haber sentido aburrimiento y angustia, seguidos por los graduados. Mientras que los docentes revelaron en menor nivel estos sentires negativos. Además, el consumo de alimentos aumentó para la mitad de los encuestados en los tres segmentos consultados. Sin embargo, entre quienes tenían los hábitos de fumar o beber alcohol, que representan un pequeña porción en los tres grupos, una minoría de ellos manifestó haber aumentado su consumo habitual

En general, a modo de comentarios finales para repensar el ocio, se observa que si bien se puede suponer que los tiempos de logística y traslados se redujeron, la organización del tiempo y la adaptación al nuevo contexto resultaron en un aspecto condicionante en la percepción del tiempo como libre.

En relación a las prácticas realizadas, aunque los momentos de reflexión sobre la existencia y modos de vida, no resultaron ser los más frecuentes, los encuestados

manifestaron dedicar su tiempo en ocasiones a repensar sobre ello, marcando que el cambio deseado es posible.

Los sentimientos de aburrimiento o poca diversión, el uso del tiempo para ponerse al día con tareas relegadas, la mayor frecuencia de actividades recreativas mediadas por las tecnologías, pueden vincularse con una lógica de productividad en el uso del tiempo y con una poca presencia de educación para el ocio en nuestra sociedad.

De esta manera, cabría indagar, en el marco de la apertura total de la pospandemia, los hábitos verdaderamente adquiridos en las prácticas de ocio y cómo repercutió la vuelta a la vieja normalidad en los ritmos y modos de vida.

Referencias bibliográficas

- Cabeza, M. (2009). Perspectivas actuales de la pedagogía del ocio y el tiempo libre. En Otero López, J.C.(ed.), *La pedagogía del ocio: nuevos desafíos*, (9-23). Lugo: Axac.
- Lazcano, I., Doistua, J., & Madariaga, A. (2022). Effects of the COVID-19 Pandemic on Leisure among the Youth of Spain. *Sustainability*, 14(7), 3993.
- Munné, F. (1995). *Psicología del tiempo libre. Un enfoque crítico*. México: Trillas.
- Navarro-Drazich, D. (2021). Dimensiones y reflexiones sobre el impacto de la pandemia del covid en el turismo. *Revista de Turismo e Identidad*, 2(1), 159-169.
- Pujol, R. R. (2008). Ocio y tiempo libre. Teorías y enfoques conceptuales en Europa Occidental y Estados Unidos de América. *Revista Digital Actívate*, 1, 1-45.
- Elizalde, R. (2010). Resignificación del ocio. Aportes para un aprendizaje transformacional. *Polis. Revista Latinoamericana*, 9 (25), 437-460.
- Reyes Escalante, A., Vera, E., Sandoval, D. y González, C. (2022). Juventudes y ocio en crisis de la pandemia ¿de regreso a la nueva normalidad? *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, 24.
- Ruiz, G. R. (2020). Marcas de la Pandemia: El Derecho a la Educación Afectado. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 9(3e), 45-59.
- Tabares Fernández, J. (2005). El ocio como dispositivo para la potenciación del desarrollo humano. En *XIV Seminario Maestros Gestores de Nuevos Caminos. Seminario Escuela vs Juventud: ¿ Encuentros o Desencuentros*.
- Tovar Torres, H. (2021). El papel del ocio y de la recreación frente a la COVID-19. Armenia: Kinesis.
- Weller, J., Gómez Contreras, M., Martín Caballero, A., y Ravest Tropa, J. (2020). *El impacto de la crisis sanitaria del COVID-19 en los mercados laborales latinoamericanos*. Santiago:CEPAL.

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

LO EFÍMERO Y LO PERMANENTE EN EL TURISMO. PATRIMONIO TURÍSTICO EN HUMEDALES

Dolores Franzante - dolofranzante@gmail.com

Lourdes Fernández - lfernandez01@uoc.edu

Érica Insaurrealde - insaurraldenatalia87@gmail.com

Josefina Mallo - josefina.mallo@econo.unlp.edu.ar

Stefanía Santovito - stefania.santovito@econo.unlp.edu.ar

Universidad Nacional de La Plata,

Facultad de Ciencias Económicas,

Instituto de Investigaciones en Turismo.

Palabras clave: Turismo - Provincia de Buenos Aires - Humedales - Chascomús - Carhué.

Introducción

El presente trabajo está inscripto en un proyecto de investigación más amplio, dirigido por el Arq. Alfredo Conti, cuyo tema es *La construcción del patrimonio turístico. Significación y resignificación de espacios en la provincia de Buenos Aires*. Dentro de este marco, las investigadoras miembros de este subgrupo están estudiando los casos de Chascomús y Carhué como dos de los destinos más paradigmáticos entre los posibles en lo respectivo a humedales en la Provincia de Buenos Aires. Las investigadoras tienen su formación de base en las carreras de Licenciatura en Turismo y Licenciatura en Historia, y un espectro amplio de estudios de posgrado, que incluyen el ambiente, la historia, la psicología, las artes y la administración.

El trabajo se inició en el contexto de la pandemia causada por el COVID-19, por lo cual en el año 2020 se centró en el análisis de la bibliografía pertinente y disponible por medio de repositorios institucionales y publicaciones en acceso abierto. A partir del relevamiento bibliográfico se identificaron una serie de problemáticas que debían ser resueltas en los dos años siguientes para poder caracterizar el turismo en zona de humedales, que nos llevó a plantearnos la pregunta que sirve de título al presente trabajo.

En primer término, porque si bien estas forman parte indiscutible de la constitución de estos espacios como destinos turísticos, sus ofertas actuales son heterogéneas, incluyendo no solamente el patrimonio turístico natural sino también una amplia oferta del patrimonio turístico cultural. En segundo término, por las características específicas de las prácticas llevadas adelante en torno a las lagunas de Epecuén y Chascomús, que son más amplias y muchas veces contradictorias con la experiencia turística como tal, que se caracterizan por una diversa oferta cultural que aúna espacios que representan sus devenires históricos y una política turística que los pone en el centro de la experiencia turística, con eventos que son, por definición, efímeros.

Nuestro objetivo, por tanto, es reflexionar sobre la relación del turismo hebdomadario y el turismo de eventos en estos paisajes naturales.

Marco teórico de referencia

El marco teórico alrededor de lo efímero, eje sobre el que se desarrolla el presente trabajo, incluye las tesis de grado de las autoras Santovito e Insaurrealde. En lo que a Turismo Hebdomadario respecta, Santovito (2020) indica que no es exclusivamente argentino, ni mucho menos actual, ya que el devenir histórico del turismo ubica a los

viajes asociados al fin de semana de la clase obrera en Inglaterra como su punto de partida. Asimismo, aclara que el turismo hebdomadario y popular pudo haber sido incorporado por los inmigrantes, permitiendo presumir que en la Argentina de finales del siglo XIX e inicios del siglo XX no se trataba de una práctica extraña.

Así, la autora tiene presente la llegada del disfrute del turismo a todas las clases sociales de la mano de Juan Domingo Perón y, sobre todo, del gobernador de la provincia de Buenos Aires Domingo Alfredo Mercante, como punto de partida para la comprensión del turismo Hebdomadario.

La provincia de Buenos Aires acompañó las tendencias nacionales, pero también generó políticas propias: de esa manera, en 1947, cuando se definieron las labores de la Sección Tiempo Libre por Decreto de la provincia de Buenos Aires 39.469/47, se utilizaron tiempos definidos como “diarios”, “semanal” y “anual” para la articulación de un plan de acción. El objetivo era el de fomentar la utilización del tiempo libre en actividades provechosas por parte del obrero y los empleados. Entre los aspectos que debía abarcar el plan, surge el tiempo libre hebdomadario, como sinónimo de semanal, que se organizaba en cuatro partes: el excursionismo familiar, un plan de acción deportiva, un programa de elevación cultural y la vigilancia y seguridad de playas de veraneo. También contemplaba actividades como viajes breves a lugares de veraneo, camping, etc.; competencias deportivas y recreación general en los centros de barrios, visitas a lugares históricos, museos, escuelas, etc.; y las funciones artísticas, concursos y exhibiciones.

Para la autora, es de esa intención del gobierno de encauzar el tiempo libre semanal hacia los viajes breves, las excursiones, la asistencia a ciertos eventos y la modalidad de visita, que parte la concepción de turismo hebdomadario: un turismo de base popular, que privilegia las excursiones o viajes breves a destinos y espacios turísticos provinciales y que garantiza la accesibilidad a ellos en todos los sentidos posibles mediante la inclusión de días feriados, hospedaje económico de comodidades mínimas y básicas, la construcción de caminos cortos entre distintas localidades y sus balnearios más cercanos y la búsqueda de atractivos en prácticamente todos los puntos de la provincia. En resumen, se trata de un turismo breve, que requiere viajes rápidos y cortos, hospedaje módico e, incluso, atractivos simples de observar y disfrutar: una fiesta, una excursión, una visita.

Por otro lado, a partir del desarrollo de su tesis de grado, Insaurrealde (2019) nos permite pensar una nueva dimensión al trabajar con productos turísticos como los festivales, en los cuales la definición de producto turístico parte de la integración de los atractivos turísticos, el equipamiento turístico e infraestructura, los bienes y servicios de apoyo, la gestión que desarrollan los actores involucrados en la actividad turística, la imagen del destino y el precio, y el conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Pero en esta situación en particular el Producto turístico son **personas**, y no pertenecen a la comunidad local, son artesanos, artistas, músicos, bailarines, emprendedores y profesionales de todas las provincias de Argentina. Estas personas no son incorporadas en el proceso de toma de decisiones. No encontramos definiciones que se apliquen a esta realidad de un Producto turístico conformado por personas. Si bien el texto se refiere al Festival de Cosquín, consideramos que es extensible a los festivales pensar que

Se produce una acción artística que involucra cuatro elementos básicos: tiempo, espacio, el cuerpo de los artistas y una relación entre éstos y el público. La ejecución de la performance cambia el estado de cosas del contexto en el que se despliega, a su vez evidencia procesos culturales de construcción simbólica tras la repetición constante de conductas en la vida cotidiana, en donde prima la

ausencia de originalidad o espontaneidad. Podemos hablar entonces de una fakelización de Cosquín, como proceso constituido por la manipulación de ciertos rasgos folklóricos con fines comerciales, un proceso de mercantilización de la cultura, en la cual el valor simbólico original es reemplazado por el valor comercial de los productos culturales.(Insaurralde, 2019, pág. 58)

Metodología

Como se explicaba en el apartado anterior, el presente trabajo es un estudio de tipo descriptivo y cualitativo que se llevó adelante en dos tiempos. En el primero de ellos se realizó un exhaustivo trabajo de recopilación bibliográfica que permitió establecer algunas pautas con respecto al estudio del turismo en zonas de humedales en la provincia de Buenos Aires(Amarilla & et al., 2006; Amores, 2010; Astrálaga, 2001; Besagonill, 2017; Bisso, 2012; Castellucci, 2016; Gayoso, 2006; González, 2018; Malacalza, 2016; Mercuri, 2017; Miraglia, 2010; Palacios, 2012; Salerno, 2012). En un segundo momento se realizó un sondeo de los portales o páginas de internet oficiales para la promoción de los destinos Carhué y Chascomús, que habían sido señalados como los dos casos más paradigmáticos, por su devenir histórico, sus calidades ambientales y el tipo de turismo que promocionaban, como ejemplos para pensar el turismo en humedales en la provincia. A estos sitios digitales, así como a aquellos que se registraron en torno a las ofertas culturales promocionadas en años anteriores al 2020, se les aplicaron técnicas de análisis documental como primer acercamiento para contrastar las ofertas locales con los inventarios turísticos ya producidos a nivel municipal (Porto et al., 2020). Concomitantemente, se procedió al análisis de las políticas públicas llevadas adelante durante la gobernación de Domingo A. Mercante (Santovito, 2020b, 2020a; Santovito & Mallo, 2019), como un corte histórico que permitiese contrastar la bibliografía sobre el tema y analizar los momentos de transformación en las prácticas turísticas. Para analizar el impacto de los festivales en las ofertas turísticas de estos espacios, se procedió a un relevamiento de los que se llevaron adelante durante los cinco años previos a la pandemia analizando los registros disponibles en Internet, y un registro por medio de observación participante de uno de ellos en Chascomús (Domingo Santiagueño) y en Carhué (Construyendo con fuego) y entrevistas a informantes clave para su posterior elaboración.

Resultados y conclusiones

El relevamiento ha dejado algunas conclusiones interesantes: desde sus comienzos ambos espacios han sido señalados por una fuerte impronta de sus espacios naturales, que originaron su actividad turística y que hoy día sigue presente, pero que ha sido complementada con diversas ofertas de carácter cultural que tienen una fuerte raigambre en su historia.

Así, en el distrito de Adolfo Alsina, si bien sus inicios estuvieron relacionados con el termalismo y esta actividad sigue vigente (Hernández et al., 2021), las actividades culturales se incorporan como producto turístico consolidado ya en los años '70 (v.g. Epecuén Rock) y continuaron a pesar de las consecuencias de la inundación. El espacio para el desarrollo de otras formas de turismo cultural está relacionado a la institucionalización y puesta en valor turístico de las ruinas de la villa Epecuén, diezmadas en los primeros años posteriores a emerger y revalorizadas a partir del interés de los espectáculos audiovisuales en sus posibilidades. Si bien los números son incipientes, una serie de acciones favorecidas desde el municipio (revalorización de los baños termales, la integración de emprendimientos agropecuarios a la oferta, la creación de una playa ecosostenible) conjugadas con los espectáculos promueven el turismo hebdomadario.

Por su parte Chascomús, que siempre tuvo una fuerte impronta de deportes relacionados con el aprovechamiento de la laguna, desde la pesca deportiva en sus inicios hasta el kitesurfing en los últimos años, promueve desde los años '30 el turismo hebdomadario que conjugan los aspectos culturales y el paisaje de la laguna (Bisso, 2012). A estas ofertas se suman los museos y lugares históricos (Amarilla et al, 2006), y una variada oferta de festivales, si bien diversificada, también con fuertes señales a su historia como el Domingo Santiagueño, que da cuenta de la histórica migración santiagueña asociada a las labores rurales. La oferta, por parte del municipio, es enmarcar esta diversa disponibilidad cultural en el paisaje de la laguna, aprovechando su cercanía al AMBA.

A modo de conclusiones finales, proponemos superar la dicotomía turismo natural/turismo cultural para enmarcar la misma en una propuesta que nos lleve a pensar lo efímero como parte constitutiva del turismo hebdomadario, teniendo en cuenta que, si bien debe enmarcarse en un conjunto de atractivos del patrimonio turístico que permitan establecer la identidad del destino, se ven alimentadas por productos turísticos que se caracterizan por no ser locales, y que por lo tanto necesitan pensarse acciones específicas para su integración.

Referencias bibliográficas

- Amarilla, B., & et al. (2006). *Municipio de Chascomús. Estrategias para la conservación del patrimonio a través de un desarrollo turístico sustentable*. Linta - CIC.
- Amores, G. P. (2010). Orishas, turistas y practicantes. La comercialización del patrimonio religioso en Cuba: Un ejemplo de estrategia de revitalización identitaria y económica. *PASOS*, 8, 167.
- Astrálaga, M. (2001). La Convención sobre los Humedales-Ramsar. *Revista de Ciencias Ambientales*, 21(1), 23-29.
- Besagonill, V. (2017). *El patrimonio histórico cultural de la localidad de Carhué como alternativa para potenciar el desarrollo turístico termal*. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.
- Bisso, A. (2012). ¿Cómo organizar lo espontáneo? Los “notables” locales y las formas de celebración y conmemoración de carnavales y fechas patrias en Chascomús durante la gobernación fresquista. *Cuadernos del Sur Historia*, 41, 9-36.
- Castellucci, D. I. (2016). *La política turística argentina y las derechas, 1955-1983*.
- Gayoso, M. C. (2006). *Turismo cultural en Chascomús. Perfil de un segmento en expansión* [Grado Licenciado en Turismo]. Universidad Nacional de La Plata.
- González, J. P. (2018). *Epecuén y el turismo negro* [Tesis de Grado]. Universidad Nacional de La Plata.
- Hernández, A., Fernández, L., Mallo, Josefina, Franzante, D., Insaurralde, É. N., & Santovito, S. (2021, diciembre). *La laguna de Epecuén: El termalismo entre la salud y el espacio de encuentros*. I Jornadas de Historia Turística, La Plata.
- Insaurralde, É. N. (2019). *Diagnóstico de un conflicto: El folklore como producto turístico en Cosquín. Caso de estudio a partir del análisis de actores sociales* [Tesis de Grado Licenciado en Turismo]. Universidad Nacional de La Plata.
- Malacalza, M. E. (2016). *Historia del turismo en la ex villa Lago Epecuén* [Tesis de Grado]. Universidad Nacional de La Plata.
- Mercuri, F. T. (2017). *Evaluación turística para la localización de un sendero interpretativo en la costa sudoeste de la Laguna Epecuén*.

- Miraglia, M. (2010). Historia ambiental de la Cuenca de las Encadenadas del oeste de la provincia de Buenos Aires y del partido de Adolfo Alsina, 1810-1995. *Espacios de Crítica y Producción*, 44, 28-35.
- Palacios, J. M. (2012). La provincia de Buenos Aires en la historia y en la historiografía. En H. Otero (Ed.), *Historia de la provincia de Buenos Aires: Tomo 1: Población, ambiente y territorio* (pp. 9-40). Edhasa.
- Porto, N., García, C. I., Romero, A., Petrolli, M. F., & Renzella, L. B. (2020). *Inventario de recursos turísticos de la provincia de Buenos Aires*.
- Salerno, V. M. (2012). Historia local y usos del pasado en la actividad turística de Chascomús, provincia de Buenos Aires, Argentina. *Cuadernos del Sur Historia*, 41, 103-124.
- Santovito, S. (2020a). La preeminencia del turismo hebdomadario en la gestión turística de Domingo A. Mercante. *Aportes y Transferencias*, 18(2), 11-25.
- Santovito, S. (2020b). *Registros del pasado: El turismo en el primer peronismo*. [Tesis de grado]. Facultad de Ciencias Económicas.
- Santovito, S., & Mallo, J. (2019). Más allá de Mar del Plata: La Plata y el turismo en el primer peronismo. *III Congreso Internacional Instituciones e Interdisciplina. Alcances Jurídicos, Económicos y Epistemológicos (Santa Rosa, 1º y 2 de agosto de 2019)*.

Eje temático 2: Turismo y sociedad

SITUACIÓN DE LOS GRADUADOS EN TURISMO: INSERCIÓN LABORAL, COMPETENCIAS Y ALCANCES DEL PROFESIONAL

Lic. Luciana Prado - lprado@uces.edu.ar

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)

Lic. Luciana Renzella - luciana.renzella@econo.unlp.edu.ar

Universidad Nacional de La Plata (UNLP)

Lic. Ezequiel Piccolomini - epiccolomini@uade.edu.ar

Universidad Argentina de la Empresa (UADE)

Lic. Ana Carolina Beber - acbeber@ufasta.edu.ar

Universidad FASTA

Lic. Martha Siri - martha.siri@usal.edu.ar

Universidad del Salvador

Palabras clave: Turismo - Graduados - Formación - Inserción Laboral - Competencias.

Introducción

Los lugares de actuación, el rol y la ocupación de los graduados en las carreras de la Licenciatura en Turismo, con sus diferentes orientaciones, se vieron afectados a partir de la crisis sanitaria del Covid-19. Este contexto, no solo expuso sensibilidad del mercado turístico frente a externalidades (Jafari, 2005 como se citó en Vogeler, 2018) obligando al sector a poner un freno a la prestación de sus servicios sin precedentes en los últimos 70 años, sino que también, en consecuencia el sector académico se enfrenta a la reconsideración de los planes de estudios, contenidos con los que se nutren la inserción laboral y los puestos de trabajo que los graduados desempeñan actualmente.

En relación a esto, desde diferentes casas de estudios, públicas y privadas, se plantea una investigación de carácter mixta, contemplando datos de índole cualitativa y cuantitativa, para atender a la preocupación de que los graduados adquieran en su formación las competencias para cumplir con las expectativas de los empleadores, tanto del sector público como el privado, y la posibilidad de detectar oportunidades de mejora en los planes de estudios de acuerdo a un análisis de la actualidad del mercado.

El presente de los requerimientos operativos para llevar adelante la actividad turística, manifiesta que los perfiles de profesionales del turismo, para emprender la labor diaria, deben haber acuñado conocimientos de herramientas de tecnologías de la información, seguridad informática, comunicación y procesos que lleven a la digitalización de las organizaciones además de los conocimientos ya contemplados en el informe Lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en turismo del Ministerio de Turismo de la Nación (2013).

La propuesta de esta investigación además, es profundizar acerca del nivel de estudios alcanzado por los graduados, los sectores productivos en los cuales se desempeñan y las competencias en las cuales debieron profundizar sus conocimientos.

Problema General:

- ¿Las competencias de los graduados en las Licenciaturas en Turismo responden a las nuevas necesidades del mercado laboral?

Problemas Específicos:

- ¿Los egresados de las carreras de Licenciatura en Turismo se desempeñan laboralmente de manera directa dentro del sector en la actualidad?
- ¿La crisis sanitaria de Covid-19, indujo a un alejamiento de los graduados del empleo en la actividad turística?
- ¿Ha sido necesario adquirir más herramientas, especializarse y sumar conocimientos para enfrentar el campo laboral en turismo actualmente?
- ¿Cuál es el grado de responsabilidad alcanzado dentro de las organizaciones donde se desempeñan laboralmente los egresados?

Objetivo General:

- Determinar las competencias de los graduados a partir de los ámbitos en los que se insertan laboralmente, con el fin de responder a la demanda laboral pos pandemia.

Objetivos Específicos:

- Identificar los ámbitos laborales en los que se desempeñan los profesionales en turismo.
- Evaluar el alcance de conocimientos de un Licenciado y detectar los puntos de mejora en la formación.
- Analizar el rol y actuación de los graduados dentro del ámbito laboral.

Hipótesis:

- Los graduados poseen dentro de su formación actual las herramientas para responder a los cambios en las condiciones laborales producto de la crisis sanitaria.
- El perfil generalista de los graduados en la Licenciatura en Turismo permite a los profesionales desempeñarse en distintos sectores productivos.
- Los profesionales que alcanzan rangos jerárquicos con capacidad de tomar decisiones dentro de la organización precisan continuar y complementar su formación.

Marco teórico de referencia

El análisis de la inserción laboral en los graduados universitarios provee un valor fundamental, tanto social como institucional, debido a que se trata de una variable básica para la planificación, evaluación e innovación de las carreras universitarias; además de ser un aspecto clave para la vinculación entre los actores académicos y el mundo social y laboral (Rodríguez Espinar y Prades Nebot, 2003). El mundo laboral ha denotado un aumento en la competitividad de los diferentes empleos y esto conlleva a que las universidades realicen estudios sobre la situación de sus graduados al insertarse laboralmente, las dificultades que encuentran a partir de la búsqueda laboral, la satisfacción con la formación recibida y cómo ésta se adecua a las necesidades del mercado o no (Raga, 2003 en Vidal García, 2003)

En este mismo sentido, Teichler (2003) resalta el vínculo entre la educación superior y el empleo, y señala que la mejor manera de analizar ese vínculo es a través de la elaboración de encuestas para analizar la inserción laboral de los graduados. En ellas

se abordan cuestiones vinculadas a la búsqueda laboral, el periodo de transición entre la educación superior y el trabajo, y la situación laboral durante los primeros años como profesional recientemente graduado. A su vez, se suman apartados que analizan las competencias y sus usos en el trabajo, su posición y tareas, sus expectativas profesionales, la formación continua, y su perspectiva a largo plazo. Varios países llevan adelante esta metodología para obtener una base de datos actualizada que les permita, a su vez, tener los planes de estudio lo más cercano posible a las demandas del mercado laboral.

Existen amplios antecedentes de este tipo de relevamiento para los profesionales en turismo en América Latina y puntualmente en Argentina (De Souza y Gomes, 2010; Guzmán Palacios, 2016; Condori Mendoza y Matta Arancibia, 2016; Brondani, Lansse y Dieckow, 2014; Benítez, 2014; Nieto, 2017; Renzella, 2020; CONDET, 2020).

Dichos profesionales cuentan con formación para desempeñar diferentes y diversos roles dentro de las ramas características del turismo. No obstante, en el hacer diario, las competencias de los perfiles profesionales, pueden llegar a desconocerse.

En el año 2013, en un trabajo articulado entre el Ministerio de Turismo y la Secretaría de Políticas Universitarias junto con diferentes actores claves de las carreras de turismo de diversas Universidades Argentinas, se plantearon los lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en Turismo. En dicho informe, se propusieron los perfiles y las competencias de los licenciados y técnicos en Turismo. En síntesis este documento planteaba que el profesional en turismo debe ser pro-activo, flexible y formado en las teorías y técnicas de Turismo con valores éticos, capaz de adaptarse a los cambios que marcan las tendencias mundiales en Turismo; debe poseer conocimientos, capacidades y habilidades para planificar, desarrollar, evaluar, dirigir y gestionar organizaciones turísticas, destinos, productos, servicios turísticos, planes, programas y proyectos en organizaciones de diferentes sectores.

A su vez, en el ámbito de la administración pública, un profesional en turismo podrá asesorar, formular e implementar políticas orientadas al desarrollo del Turismo y sus normativas; y por último podrá desempeñarse en el ámbito académico, evaluar y ejecutar propuestas y proyectos de investigación, transferencia y extensión.

De la elaboración de dichos lineamientos (2013) a hoy han sucedido cambios acelerados en diversos aspectos. Por tanto, ante un nuevo escenario mundial, la indagación sobre si se considera que existen nuevas competencias es necesaria. Las mismas deberían ser el punto de partida para reformas y ajustes de planes de estudios, contenidos y programas de asignaturas.

Cabe mencionar que en el año 2019, la OMT llevó adelante un informe, publicado en 2020, el cual tuvo como objetivo aportar datos relevantes sobre el futuro del trabajo y el desarrollo de competencias atracción y retención de talento, y aprendizaje permanente. El mismo fue anterior a la pandemia. Allí se planteaba que en los próximos cinco años las competencias más requeridas o valoradas en los profesionales del sector serán las relacionadas con manejo de herramientas digitales fundamentales, la orientación al cliente, sobre todo lo que tiene que ver con marketing digital, se valorará el fortalecimiento de las habilidades blandas, como son la empatía, innovación, creatividad. y por último big data y la analítica de datos; las tecnologías relacionadas con el medio ambiente emergen como las tecnologías más valoradas a considerar en términos de desarrollo de futuras competencias.

Metodología

El presente trabajo se trató de una investigación con enfoque transversal de alcance nacional que pretendió llegar a una muestra representativa de la población de graduados de las Universidades participantes, tomando como punto de partida los graduados desde

2010 en adelante. Las Universidades participantes fueron: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Universidad Nacional de San Juan (UNSJ) y Universidad FASTA. A medida que avanzó la investigación se sumaron la Universidad Nacional Tierra Del Fuego (UNTDF - antes UNPSJB) y la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP).

Para la recolección de datos se elaboró una encuesta a partir de un Formulario de Google que se distribuyó entre el 8 de septiembre de 2021 y el 4 de octubre de 2021. En total se obtuvieron 535 respuestas de los graduados de las universidades mencionadas y otras varias unidades académicas a las que se hizo extensiva la encuesta.

Para un mejor análisis y comparación entre unidades académicas, se realizó un corte de graduados de 2010 en adelante. Con respecto a las Universidades participantes, en la siguiente tabla (Tabla N°1) se puede denotar cuál fue la proporción de graduados que respondieron la encuesta según cada unidad académica.

Tabla N°1: Proporción de graduados encuestados según unidad académica

Universidad	Población graduados (2010 en adelante)	Respuestas obtenidas	Proporción de graduados encuestados
UCES	74	43	58%
UADE	1200	240	20%
UNLP	336	101	30%
UNSJ	245	21	8%
FASTA	89	51	57%
UNTDF	48	14	29%

Para determinar el tamaño de la muestra representativa se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

Donde N es el tamaño de población, n el tamaño de la muestra, Z el nivel de confianza (Z=1,96 considerando que el nivel de confianza para una distribución normal es del 95%, con un error de 5%), P es la probabilidad de ocurrencias (0,5), Q la probabilidad de no ocurrencia (0,5) y e el margen de error (0,05). Si tomamos solo la población de las universidades mencionadas, tendríamos un N de 1992 graduados para seis universidades. Aplicando la ecuación para esta población obtenemos un n de 322 (aproximadamente). Sumando las respuestas obtenidas por estas universidades tenemos 470 respuestas de 535 (las 65 respuestas restantes equivalen a Otras universidades que han distribuido la encuesta).

Resultados y conclusiones

Con este relevamiento, se pretendió identificar los lugares de actuación, rol, competencias y ocupación de los egresados en el momento en el que se llevó a cabo la encuesta.

Al consultar el tipo de gestión de las Universidades en las que recibieron su título de grado los graduados encuestados, el 68% corresponde a universidades de carácter privado, mientras que el restante 32% corresponden a universidades públicas. Si analizamos el porcentaje de participación de graduados de las universidades que forman parte de esta investigación, obtenemos en promedio una participación del 34% de graduados en cada unidad académica, como se denota en la Tabla N°1.

En lo que refiere al género autopercebido, las encuestas arrojan que el 75% de la muestra encuestada se autopercibe de género femenino, mientras que el 25% lo hace con el género masculino. A su vez, la edad mínima de los graduados es de 21 años y la máxima 72 años, con una media de edad de 31 años. El mayor porcentaje de la muestra se encuentra en el rango etario de 21 a 30 años (59%).

Sólo el 47% de los encuestados ha respondido que se encuentra trabajando en turismo al momento de resolver el formulario. Si bien existe una pequeña diferencia, esto evidencia que el 53% de los profesionales encuestados no se encuentran trabajando en el sector.

Dentro de los graduados insertos en el sector, el 25% se encuentra trabajando en servicios de Agencias de viajes/Intermediación, el 22% en el servicio de Alojamiento, el 14% en Docencia/Investigación o Gestión educativa del turismo, el 11% en el sector público, el 10% como guía de turismo, y en menores porcentajes encontramos graduados insertos en el servicio de transporte de pasajeros, servicios tecnológicos y digitales, gastronomía, recreación, consultoría, MICE, entre otros.

A la luz de los lineamientos y con la propuesta del informe de la OMT (2020) podemos decir que los primeros debieran de ser complementados o fortalecidos con los nuevos talentos necesarios y competencias requeridas para afrontar los nuevos escenarios a los que se enfrenta la actividad turística, en donde será importante tener en cuenta el concepto de la reinversión y hacer hincapié en formación continua.

Dadas las constantes transformaciones globales, y debido a que el turismo es uno de los principales creadores de empleos, es importante remarcar que las competencias deberán ajustarse a las realidades emergentes, se deberán reacondicionar aptitudes y competencias sobre todo en los ámbitos de la innovación, la digitalización, la inclusión y el desarrollo sostenible.

Referencias bibliográficas

Benítez, G. (2014) Tesina de Grado: “La Inserción Laboral de los graduados en Turismo de la Universidad Nacional del Sur en el mercado laboral de Agencias de Viajes en Bahía Blanca”.

Brondani, N.; Lansse, E; Dieckow, L. (2014) El Mercado Laboral de profesionales en Turismo en Misiones. Universidad Nacional de Misiones. Publicado en: Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo, Año XIV, Vol. 12.

CONDET (2020) Informe de situación de los profesionales en turismo ante la pandemia por COVID-19. Disponible en: <http://www.condet.edu.ar/cndt/images/bn.pdf>

Condori Mendoza, E. J; Matta Arancibia, J. M. (2016) Tesis de Grado: “Inserción laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa 2015”.

De Souza, T.; Gomes, C. (2010). Inserción Profesional de los Licenciados en Turismo. El caso de la Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil) entre 2005 y 2007. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(6), pp.1105-1120.

Guzmán Palacios, J. C. (2016) Tesis de Grado: “Proceso de formación e inserción laboral de los profesionales en turismo de la Universidad del Azuay de la cohorte de 2003 y su influencia en la economía del Azuay”.

Jafari, J. (2005) El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 2005, Vol. 42 Núm. 1: 39-56. University of Wisconsin-Stout.

Ministerio de Turismo de la Nación (2013) Lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en turismo. Red Educatur.

Nieto, C.I (2017). Licenciados en Turismo de la UNPSB: Su experiencia laboral luego de graduarse (Tesis de grado. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco).

Organización Mundial del Turismo (2020) El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias.

Renzella, L. B. (2020). Inserción laboral de los graduados de la Licenciatura en Turismo (Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata).

Rodríguez Espinar, S., Prades Nebot, A. (2003) La evaluación de la transición al mercado laboral de las universidades catalanas. *Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios*, pp. 95-105.

Teichler, U. (2003). Aspectos metodológicos de las encuestas a graduados universitarios. En Vidal García, J. (coord.) (2003) *Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios* (pp. 15-29). Ministerio de Educación Cultura y Deporte.

Vidal García, J. (2003). *Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios*. Consejo de Coordinación Universitaria. Ministerio de Educación Cultura y Deporte.

Vogeler Ruiz, C. (2018). *Introducción al turismo, análisis y estructura*. Editorial Universitaria Ramón Areces.

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

UN ESTUDIO DE RESILIENCIA E INNOVACIÓN EN UN DESTINO TURÍSTICO INTERMEDIO.

Silvia Irene Izquierdo - silvia.izquierdo@econ.unicen.edu.ar
CONICET. CEA-FCE UNICEN

María Isabel Camio - isabel.camio@econ.unicen.edu.ar
CEA-FCE UNICEN

Palabras clave: Turismo - Resiliencia - Innovación - Complejidad.

Introducción

El surgimiento de la COVID-19 y las restricciones a la movilidad de las personas, impactaron con fuerza particularmente en el sector turístico, con una paralización total que trajo innumerables pérdidas económicas, financieras y de puestos de trabajo y cierre de empresas. Actualmente, se observa un regreso a la actividad, con estadísticas que muestran cifras superiores a las previas a la pandemia. En paralelo con esta recuperación, resurge el llamado a replantear la actividad en torno a su impacto ambiental, a unas estructuras productivas más justas, a temáticas de diversidad, entre otras cuestiones postergadas.

En este contexto, cobran fuerza los conceptos de resiliencia y de innovación. La literatura plantea que estos fenómenos deben ser estudiados en su contexto específico, y desde un abordaje de la complejidad, dado lo condicionante que puede resultar el entorno, los actores, así como la dinámica y las características de desarrollo de cada destino turístico.

El objetivo del presente trabajo es realizar una aproximación al estudio de las capacidades de resiliencia y de innovación en un destino turístico intermedio. Para el relevamiento de campo, se diseñó un protocolo de entrevistas ad-hoc que se aplicó a seis actores referentes del sector turístico de Tandil, y se describió la metodología empleada, de manera que pueda constituir un aporte a otros investigadores en el abordaje de estos fenómenos en distintas realidades contextuales. Se identifican dos momentos del trabajo de campo, un primero antes de la pandemia, y uno segundo, a fines de 2020 en el momento inicial de las aperturas de la actividad.

Marco teórico de referencia

Los destinos turísticos se comportan como sistemas complejos dinámicos en evolución, con numerosos factores y actividades que son interdependientes. La investigación tradicional en este campo ha seguido un enfoque lineal, a partir de modelos que tienen en su base una versión simplificada del sistema turístico. La mirada en las relaciones entre los elementos permite observar que el sistema evoluciona al responder a inputs externos e internos, y bien puede considerarse un sistema adaptativo complejo (Baggio, 2008).

Al momento de medir la resiliencia, es relevante señalar la diferencia entre los resultados y las capacidades pre-existentes (Sensier, Bristow y Healy, 2016). Se requiere una deliberación más exhaustiva de los contextos únicos y las capacidades de adaptación de las regiones, ya que muchas capacidades son específicas de cada contexto y lugar geográfico (Giacometti, Teräs, Perjo, Wøien, Sigurjonsdottir y Rinne, 2018). Una región

que en un momento determinado pudo afrontar un shock puede carecer de la generación de nuevas capacidades y de la habilidad para enfrentar eventos futuros (OCDE, 2014).

En el modelo de análisis de resiliencia de los sistemas de la OCDE (2014), se estudian seis capitales o activos de construcción previa: financiero, humano, natural, físico, político y social. En línea con esta propuesta, otros modelos proponen la consideración del elemento temporal en el análisis, como el de Martin (2012) que propone cuatro dimensiones a modo de etapas secuenciales para describir cómo las economías regionales responden a las crisis. Así también, el modelo de Lew (2014) diferencia los distintos impactos sobre las capacidades de resiliencia de una región, según la escala y la tasa de cambio. Incluir la temporalidad en el análisis conduce a pensar en momentos ex-ante, durante y ex-post.

El modelo de innovación Quíntuple Hélice, que suma la hélice del "medio ambiente" a los modelos anteriores (universidad-industria-gobierno-comunidad), propone un marco para el análisis interdisciplinario y la resolución de problemas transdisciplinarios en relación con el desarrollo sostenible, porque implica que la producción y el uso del conocimiento, así como la innovación, deben ser contextualizados en el entorno natural de la sociedad (Carayannis y Campbell, 2010).

Desde el enfoque evolucionista, los procesos de innovación se caracterizan como un fenómeno sistémico que no ocurre exclusivamente dentro de las firmas, que depende en gran medida de los vínculos con otras firmas e instituciones de fomento a la innovación, a partir de la complementación de saberes internos y externos a las firmas. Es así, el resultado de una dinámica no lineal en el proceso de aprendizaje, conducida por el reforzamiento mutuo entre las capacidades y la conectividad (Barletta, Pereira, Robert y Yoguel, 2013).

Las interacciones y la confianza mutua refuerzan las habilidades y las capacidades de resolución de problemas alientan a buscar nuevos conocimientos, y se obtiene mayor predisposición a compartir conocimientos y experiencia laboral sin preocuparse de que otros se aprovechen de ellos y dañen sus intereses (Liu, 2018; Marco-Lajara, Zaragoza-Sáez, Claver-Cortés y Úbeda-García, 2016). La interacción a largo plazo, el intercambio de conocimientos tácitos y la creación de capital social entre investigadores y empresas turísticas facilita la absorción de conocimientos para la innovación turística (Hoarau y Kline, 2014).

Metodología

El estudio no pretende generalizar a partir de las respuestas de los entrevistados, las percepciones de los subgrupos que representan, sino completar un primer abordaje a fenómenos que se presumen complejos, desde la mirada local de actores clave. Por la misma naturaleza de la estrategia de investigación cualitativa, el artículo no pretende generalizar los resultados a otros destinos turísticos, sí en cambio, constituir una experiencia vicaria para otras investigaciones dado lo complejo de los fenómenos en estudio, y por tanto el requerimiento según se ha visto en la literatura, de realizar abordajes ad-hoc y en su contexto específico.

Se procuró estudiar las condiciones en su situación natural, tratando de entender o interpretar los fenómenos en términos de los significados que los actores les otorgan, y buscar respuestas a preguntas que remarcan cómo se produce la experiencia social y con qué significados (Denzin y Lincoln, 1994).

El relevamiento de campo se realizó en dos momentos, uno ex-ante pandemia, en el que se abordaron temas como el rol y la contribución de la universidad al desarrollo turístico, el rol de las asociaciones intermedias (entre ellas el Instituto Mixto de Turismo de Tandil) al desarrollo turístico, el grado de confianza y colaboración entre las

organizaciones públicas y privadas del sector. Estos elementos contribuyen al diagnóstico de los capitales pre-existentes para medir la capacidades de innovación y de resiliencia (Liu, 2018; Marco-Lajara *et al.*, 2016; Hoarau y Kline, 2014; OCDE, 2014; Carayannis y Campbell, 2010).

La segunda etapa del relevamiento se realizó durante la pandemia, en diciembre de 2020, cuando ya habían transcurrido nueve meses del inicio del ASPO (aislamiento social preventivo y obligatorio), el sector turístico llevaba esos meses de cierre y paralización de la actividad, y comenzaba a experimentarse algunas aperturas controladas en base a protocolos, y previamente a las campañas de vacunación.

En ambas etapas se realizaron seis entrevistas en profundidad, a dos empresarios a su vez representantes de asociaciones intermedias del sector, a dos miembros del sector académico, y a dos actores con antecedentes en la función pública. En las entrevistas en profundidad se propuso obtener la interpretación de cada participante a partir de su experiencia. La guía de entrevista contiene pocas preguntas amplias y abiertas, enfocadas en su contenido en la obtención de declaraciones significativas para el estudio. En la segunda parte, las preguntas giraron en torno a la resiliencia como variable de resultado, pero la estrategia metodológica fue indirecta, se preguntó por los elementos que hacen a este concepto, y al final se preguntó directamente por la resiliencia del destino Tandil.

Resultados y conclusiones

En cuanto a las capacidades preexistentes de colaboración y cooperación entre los actores vinculados al desarrollo del turismo, las respuestas conducen en su mayor parte en torno al IMTT, acordando que es positiva su existencia, que hay intereses en común (dos de los entrevistados mencionaron un “sentimiento localista que subyace”), que se potencian las participaciones, se destaca el diálogo poco frecuente de público-privado. Luego, al transitar los distintos ejes de la entrevista, surgen algunas cuestiones para mejorar como los intereses particulares que obstaculizan algunos procesos, se realizan críticas en torno a la comunicación, particularmente al interior de la institución, en cuanto a las acciones realizadas (sí se prestó conformidad con lo realizado en comunicación promocional o de marketing del destino).

Se observan desacuerdos en las percepciones que tienen los actores de distintos ámbitos (público, privado y académico) en cuanto a cuál debería ser el rol de cada uno de ellos, y cuál desarrollan en la realidad. Muchas veces, las afirmaciones reflejan supuestos contrapuestos entre los actores de los distintos ámbitos, que emergen al verse confrontadas con las opiniones de los demás actores sobre las mismas cuestiones, por ejemplo con respecto al rol de la Universidad o del IMTT en el desarrollo del turismo en Tandil, o durante la pandemia. Y tampoco se observa acuerdo en torno a quién debe liderar los procesos en cada una de estas situaciones.

Entre estos desacuerdos y visiones contrapuestas aparece por ejemplo la percepción de los actores de la universidad entrevistados de no ser valorados. De esta manera, se observa la pérdida de oportunidades de construir, y ausencia de una mirada sistémica que podría beneficiar la política turística del destino. En línea con esto, los actores representantes del sector privado y asociaciones, se manifestaron preocupados por la capacidad de carga y la saturación del destino. Pareciera faltar un puente que vincule las producciones académicas con las necesidades e inquietudes que se manifestaron.

Sobre la pandemia, se observa coincidencia en lo inesperado de la crisis y la imposibilidad de haber estado preparado para ella y se observa acuerdo en torno a dos cuestiones. Por un lado, se acuerda en que la cuestión sanitaria era prioritaria así como la preservación de la vida, por lo cual las restricciones de tránsito fueron validadas por todos los actores entrevistados. Por el otro lado, también se observó coincidencia en la

evaluación de las capacidades previas favorecidas por la flexibilidad propia del sector, y la capacidad del destino en particular, para poder salir adelante una vez que las cuestiones sanitarias lo permitieron.

Al responder directamente sobre la resiliencia del destino, los entrevistados acuerdan en forma unánime que Tandil es resiliente, tiene capacidades elevadas para serlo, e identifican factores condicionantes como por ejemplo existencia de entidades gremiales fuertes, un espíritu emprendedor en los empresarios, la ventaja geográfica de proximidad con el principal centro emisor del país.

Hacia el futuro, también es unánime la respuesta positiva por lo antes mencionado, y por las características de cielo abierto y naturaleza de los recursos turísticos que diferencian positivamente el destino Tandil de otros destinos, sumado a la tendencia post-pandemia que los actores entrevistados entienden que puede permanecer por más tiempo en cuanto a la búsqueda de espacios al aire libre, y poder evitar aglomeraciones y opciones masivas.

Por lo anteriormente mencionado, se concluye que la investigación logró alcanzar el objetivo propuesto de realizar una aproximación al estudio de las capacidades de resiliencia y de innovación en un destino turístico, a través de la interpretación de los actores clave entrevistados, desde una mirada de la complejidad, entendiendo los fenómenos como multinivel y emergentes de un sistema adaptativo complejo (Baggio, 2008).

En una próxima investigación actualmente en curso, se espera completar la comprensión de estos fenómenos desde esta mirada de corte cualitativa, con otra de tipo cuantitativa a través de un mapeo de redes de relaciones sociales de actores turísticos del destino Tandil, con la identificación de los vínculos de información, comunicación, consejo, confianza, colaboración entre ellos, y luego el análisis a través de indicadores, de la medida en que estos vínculos favorecen a la innovación y a la resiliencia del sector.

Referencias bibliográficas

- Baggio, R. (2008). Symptoms of complexity in a tourism system. *Tourism Analysis*, 13(1), 1-20.
- Barletta, F., Pereira, M., Yoguel, G., & Robert, V. (2013). Argentina: dinámica reciente del sector de software y servicios informáticos. *Revista Cepal*.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. (2010). Triple Helix, Quadruple Helix and Quintuple Helix and how do knowledge, innovation and the environment relate to each other?: a proposed framework for a trans-disciplinary analysis of sustainable development and social ecology. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development (IJSESD)*, 1(1), 41-69.
- Denzin, N. K. y Lincoln, Y. S. (1994) Introduction: Entering the Field of Qualitative Research. En N.K. Denzin e Y.S. Lincoln (eds.) *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications.
- Giacometti, A., Teräs, J., Perjo, L., Wøien, M., Sigurjonsdottir, H., Rinne, T., ... & Rinne, T. (2018). *Regional economic and social resilience: Conceptual debate and implications for nordic regions*. Discussion paper prepared for Nordic thematic group for innovative and resilient regions.
- Hoarau, H., & Kline, C. 2014. Science and industry: Sharing knowledge for innovation. *Annals of Tourism Research*, 46, 44-61.
- Lew, A. A. (2014). Scale, change and resilience in community tourism planning. *Tourism Geographies*, 16(1), 14-22.

Liu, C. H. S. (2018). Examining social capital, organizational learning and knowledge transfer in cultural and creative industries of practice. *Tourism Management*, 64, 258-270.

Marco-Lajara, B., Zaragoza-Sáez, P. D. C., Claver-Cortés, E., & Úbeda-García, M. (2018). Hotel performance and knowledge sources in Spanish tourism districts. *Current Issues in Tourism*, 21(17), 1988-2013.

Martin R. L. (2012) Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks, *Journal of Economic Geography*, 12(1), 1-32.

OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2014). *Guidelines for resilience systems analysis*.

Sensier, M., Bristow, G., & Healy, A. (2016). Measuring regional economic resilience across Europe: Operationalizing a complex concept. *Spatial Economic Analysis*, 11(2), 128-151.

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

PRÁCTICAS RECREATIVAS Y APROPIACIONES ESPACIALES, PRE Y POST PANDEMIA, DE LA COMUNIDAD RESIDENTE DE CHAPADMALAL, PARTIDO DE GRAL. PUEYRREDON (ARGENTINA)

Mg. Nadia G. Roldán - nadiaroldan7@hotmail.com
*Universidad Nacional de Mar del Plata,
Centro de Investigaciones Económicas y Sociales.*

Palabras claves: Prácticas recreativas - Apropiaciones espaciales - Residentes - Tiempo libre - Chapadmalal.

Introducción

En el marco del proyecto denominado “Actores locales y desarrollo turístico-recreativo en el sur del partido de General Pueyrredon (Buenos Aires)”¹ se planteó como uno de sus objetivos, indagar sobre las percepciones, usos y apropiaciones de la comunidad de Chapadmalal sobre los espacios turístico-recreativos de la localidad, sus prácticas de tiempo libre y su vinculación con los turistas.

El desarrollo de la investigación se vio atravesado por la pandemia de COVID-19 en el momento de la recolección de información, esta situación implicó una readaptación metodológica en la instancia de relevamiento de datos que, a pesar de la situación contextual, permitiera dar respuesta a los interrogantes planteados.

A su vez, conforme iban transcurriendo los diferentes estadios de la pandemia, y a partir de los primeros resultados obtenidos en las encuestas, el interés se amplió hacia querer conocer qué sucedió efectivamente con esas actividades o tareas que realizaban previamente a la pandemia, pero en la instancia de una aparente nueva normalidad. Durante los meses de Diciembre 2020 - Abril 2021, los habitantes de Argentina podrían desplazarse para veranear hacia los destinos turísticos del país, atendiendo a ciertos protocolos y controles de circulación establecidos por el Gobierno, según la resolución conjunta 109/2020² publicada en el Boletín Oficial de la Provincia de Buenos Aires.

En este sentido, la presente producción tiene por objetivo analizar, particularmente y de forma comparativa, las prácticas de tiempo libre y las apropiaciones espaciales de la comunidad residente de Chapadmalal, a fin de aproximarse al conocimiento del comportamiento de los individuos generando un diagnóstico acotado, en función de las limitaciones *contextuales*, pre y post pandemia.

Del análisis es posible dar cuenta que, si bien la comunidad de Chapadmalal ha sido afectada por la pandemia como sucedió a toda la humanidad, ello no generó cambios sustanciales en las prácticas recreativas y de socialización que volvieron a realizar en una etapa inicial de la nueva normalidad. Y además, manifiestan que esta situación del contexto potenció la generación de redes entre los vecinos que se congregan en los espacios recreativos reconocidos por la propia comunidad, como escenarios para

¹ Período 2019-2020. Código de Incentivos 15/D 147 y código de subsidio ECO 160/19. Grupo Turismo y Sociedad, Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (CIEyS) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCEyS) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP).

² <https://normas.gba.gob.ar/ar-b/resolucion-conjunta/2020/109/218728>

consensuar acciones tendientes al bienestar de los habitantes de la localidad en post de una mejora en la calidad de vida local.

Marco teórico de referencia

El partido de General Pueyrredon ha sido abordado como territorio de estudio desde la disciplina turística a partir de considerar a la ciudad de Mar del Plata como destino principalmente de sol y playa; sin embargo, ésta no es la única localidad del territorio. Por un lado, el espacio periurbano y rural del partido empezó hace algunas décadas, empezó a ser objeto de análisis al identificarse experiencias turístico-recreativas asociadas a modalidades turísticas más bien denominadas alternativas; y por otro lado, se reconocen estudios realizados desde la geografía, vinculados a desplazamientos territoriales (Ares, 2010, 2021,2012).

A pesar de ello, se observa una ausencia de estudios aplicados a este territorio en general, y en particular en la localidad de Chapadmalal, en donde la recreación sea tenida en cuenta bajo una dimensión sociocultural. Y sumado a ello, contemplar en el marco de un desarrollo integral, a quienes lo habitan en tanto se valore la participación de las comunidades locales en los procesos decisivos vinculados al devenir del turismo en el territorio local, los aspectos identitarios y las dinámicas socioterritoriales (Barbini, Cruz, Roldán y Cacciutto, 2012).

Esta producción, se enmarca en aquellos abordajes que:

Conciben al residente como un actor fundamental en los procesos de desarrollo turístico local y otorgan relevancia a sus opiniones, sin reducirlas a un mero factor de legitimación de decisiones políticas o a una variable a adaptar en función de los requerimientos de un buen anfitrión. De este modo, el residente se concibe en su capacidad para ejercer como agente turístico (Corbo, Cacciutto y Roldán, 2018, p. 2).

A partir de esta concepción, se estima necesario poner al residente en el centro de la escena como actor protagónico e intentar conocer quién es, qué hace, cuáles son sus visiones o actividades diarias para luego, comprender sus visiones en relación al desarrollo turístico local que espera para su localidad.

Para ello se parte de considerar que todo individuo es poseedor de un tiempo total, el cual en parte es utilizado para trabajo o estudio quedando un tiempo de no trabajo, es decir un tiempo libre. Munné (1980) define al tiempo libre como “aquel modo de darse el tiempo personal que es sentido como libre al dedicarlo a actividades autocondicionadas de descanso, recreación y creación para compensarse, y en último término afirmarse la persona individual y socialmente” (p. 135).

Asimismo, se considera a la recreación como aquella práctica o actividad que se realiza de manera individual o colectiva durante el tiempo libre, en un tiempo y espacio dados, de los individuos con una actitud placentera y con fines de distracción, evasión, diversión o crecimiento personal tendiente a incrementar el bienestar de quien lo realice.

Peralta Antiga y Martínez López (s/f) plantean que el ocio, el esparcimiento y la recreación implican un espacio tiempo imprescindible para los seres humanos, y expresan niveles simultáneos a través de los cuales argumentan su importancia, tales como: nivel biológico, ontológico-existencial, nivel psicológico, social, cognitivo-educativo y cultural. Además manifiestan que el espacio tiempo es poroso, permeable, cambiante y dinámico, y sumado a ello; es donde se llevan adelante prácticas y vivencias diversas, desde aquellas más bien pasivas, pasando por las más activas que se asocian al compromiso o involucramiento físico, como así también las que implican procesos de aprendizaje o practicas cívico-políticas.

En esta línea, Gerlero (2004) propone la noción de modos de recreación el cual contribuye a integrar el estudio de la recreación y las prácticas recreativas en su realidad histórica, no desarticulada ni fragmentada sino explicada a partir de los habitus corporizados de los sujetos en el contexto social que los configura y del cual emergen en relación con las condiciones de vida” (p. 99).

Por otro lado, es importante considerar que el espacio o los lugares en los cuales se llevan adelante las prácticas recreativas poseen una significación y valoración particular. Por lo tanto, es posible plantear que

el espacio es el resultado de la acción social, de las prácticas, las relaciones, las experiencias sociales, pero a su vez es parte de ellas. Es soporte, pero también es campo de acción. No hay relaciones sociales sin espacio, de igual modo que no hay espacio sin relaciones sociales” (Martínez Lorea en Lefebvre 2013, p. 14).

Asimismo, para Lefebvre (2013) toda sociedad que habita un territorio se apropia de él en función de las prácticas, vivencias y experiencias que surgen en y por él. En este sentido, el autor propone analizar lo percibido, lo concebido y lo vivido. Esta tríada dialéctica se encuentra en constante interacción y tensión en aquel territorio que se pretenda estudiar, analizar y comprender, en un momento dado.

Lo percibido a partir de la realidad y cotidianeidad de los individuos en el espacio. Es decir, de las prácticas espaciales que se dan en un tiempo dado, a partir de las redes y flujos que generan las personas al transitar el espacio urbano. Lo concebido, a partir de las relaciones de poder y producción que se generan en estos espacios. Las denominadas representaciones del espacio; dadas por aquellos profesionales planificadores y/o urbanistas, administradores y a fines, que dotan de signos, códigos, delimitaciones y denominaciones al espacio. Por último, lo vivido en referencia a las relaciones sociales que se pueden dar entre quienes se encuentran en este espacio y con el espacio en sí mismo. Los espacios de representación, vinculados a la imaginación y lo simbólico más allá de la existencia material.

En suma, es necesario conocer la identificación, valoración y apropiación que hacen los residentes en clave recreativa del territorio que habitan, como parte de su identidad y al mismo tiempo, para comprender las acciones que llevan a cabo en relación a la defensa y protección frente al avance de privatizaciones de los espacios públicos y aquellas problemáticas vinculadas con los bienes comunes de la localidad, entre otros.

Metodología

Ante la situación de irrupción de la pandemia en el desarrollo del proyecto, y bajo un enfoque cuantitativo, se implementó durante los meses de Julio y Agosto del 2020 un cuestionario en formato digital mediante el cual se consultó específicamente, entre otros aspectos, acciones realizadas previas a la pandemia vinculadas a tiempo libre y la recreación de los residentes.

Hacia el verano del 2020-2021, la Argentina se encontraba transitando una etapa que se podría considerar de nueva normalidad. Al finalizar este período, se implementó un segundo cuestionario digital, en los meses de Julio y Agosto del 2021, a fin de conocer efectivamente las prácticas recreativas realizadas por la comunidad residente en el contexto mencionado.

Ambos cuestionarios estaban destinados a los habitantes de Chapdmalal, mayores de 18 años. La difusión de los instrumentos de recolección de información se realizó a través de redes sociales académicas y de aquellas organizaciones de la sociedad civil, grupos de vecinos e instituciones locales.

En función de los dos momentos en los cuales se realizó la recolección de información de aquellas variables compartidas en ambos cuestionarios, se procedió a la realización de un análisis comparativo en torno a los lugares recreativos de la localidad de Chapadmalal, las prácticas recreativas de los residentes y los lugares en los cuales las realizaban, la frecuencia de estas acciones y entre otros aspectos relacionados.

Resultados y conclusiones

Situaciones contextuales pueden afectar la cotidianeidad de todo individuo y ello quedó evidenciado ante la propagación del COVID-19 a nivel mundial, afectando las dinámicas sociales incluso de aquellas personas que residían en localidades con un desarrollo turístico incipiente o emergente, como fue el caso de la localidad de Chapadmalal.

En líneas generales se observa una leve variación en cuanto a los lugares que solían asistir antes y después de la pandemia, entendidos como espacios percibidos y vividos. En esa primera instancia, la primacía de lugares en los cuales estar en contacto con la naturaleza en función de los diferentes recursos que ofrece la localidad eran mencionados por la gran mayoría de los entrevistados. Sin embargo, en la temporada de verano 2020-21 se observa que, si bien el recurso playa/mar sigue siendo predominante en la elección de los residentes por la oferta y variedad de lugares gastronómicos que presenta la localidad, suele asimilarse a aquellos espacios naturales que complementan la elección de la playa/mar tales como los arroyos, bosques y espacios verdes con los que cuenta Chapadmalal.

Independientemente del momento del año, suelen ir más de 3 (tres) veces por semana a estos lugares, asiduidad que manifestaban antes del inicio de la pandemia y que se mantuvo durante la temporada de verano 2020-21, al parecer variando los lugares a los cuales asistían y las actividades realizadas.

En relación a lo último mencionado, actividades como charlar, descansar, tomar mate, observar la naturaleza y caminar suelen ser las más mencionadas en ambos períodos estudiados. Estas actividades practicadas por los residentes suelen predisponer o generar actitudes diferenciales en el sentido de llevar en ocasiones a una participación activa y otros más bien pasiva, tendiente a la contemplación del paisaje. Estas elecciones son seguidas por aquellas que llevan a jugar, hacer deporte, tomar sol y socializar, como así también el hecho de no hacer nada invitando a la relajación en el entorno elegido.

El análisis de los datos recabados evidenció que los comportamientos, elecciones de lugares, frecuencia de asistencia y las prácticas sociales realizadas suelen ser similares antes de la pandemia y en la temporada de verano 2020-21, momento en que poco a poco se volvía a retomar la rutina habitual. Lo cual lleva a pensar que el tiempo y espacio se detuvieron, hasta su puesta en marcha nuevamente.

Estos resultados, como aquellos otros derivados del proyecto de investigación mencionado, permitieron generar un diagnóstico inicial, que será profundizado en el proyecto en curso³ permitiendo continuar la línea de investigación a desarrollar, tendiente a conocer las identidades de aquellos sectores delimitados administrativamente como barrios y que conforman la localidad de Chapadmalal.

Se espera que este tipo de estudios contribuya a conocer la realidad de la comunidad local, en relación a sus actividades cotidianas y principalmente el uso y valoración del tiempo libre a partir de considerar las apropiaciones diferenciales de aquellos lugares

³ Actores locales y desarrollo turístico-recreativo en el sur del partido de General Pueyrredon (Buenos Aires) Parte II. Período 2021-2022. Código de Incentivos 15/D 164 y código de subsidio ECO 177/21. Grupo Turismo y Sociedad, Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (CIEyS) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCEyS) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP).

recreativos que identifican como característicos de la localidad que habitan. Al tiempo que, comprender quiénes son y qué hacen quienes conforman la comunidad sea considerado como una pieza fundamental al momento de pensar un desarrollo turístico a escala local.

Referencias bibliográficas

Ares, S. (2010). Espacio de vida y movilidad territorial habitual en Chapadmalal, Buenos Aires, Argentina. *Cuadernos de geografía. Revista Colombiana de geografía*, 19, 27-40.

Ares, S. (2011). *Espacio de vida cotidiano, espacio vivido y territorio en Chapadmalal, Partido de General Pueyrredon* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA. Repositorio Institucional de Acceso Abierto <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/109>

Ares, S. (2012). Lejos, tranquilos y solos. Experiencias espaciales en el partido de general Pueyrredon (Buenos Aires, Argentina). *Revista Académica de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Palermo*, 1,(1),110-134.

Barbini, B., Cruz, G., Roldán, N., y Cacciutto, M. (2012). Modelos de desarrollo e implicancias en el turismo: un análisis histórico. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, 9, 117-129.

Corbo, Y. A; Cacciutto, M. y Roldán, N. (2018). El rol del residente en destinos turísticos: ¿Buen anfitrión o agente de desarrollo? Miradas desde la investigación. *Nexos*, 24 (32), 1-5.

Gerlero, J. (2004) *¿Ocio, Tiempo Libre o Recreación?* Educo. Neuquén.

Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio* (Emilio Martínez Gutiérrez, trad.). España: Capitán Swing Libros (obra original publicada en 1974).

Martínez López, S. y Peralta Antiga, R. (coord.) (S/F). *Estudios sobre ocio y Recreación en América Latina. Abordajes críticos desde Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México*. IDECUS. México, Distrito Federal.

Munné, F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre: un enfoque crítico*. Editorial Trillas. México, Distrito Federal

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS Y SU CONSTITUCIÓN HISTÓRICA. LA LITERATURA DE FLÂNEURS COMO FUENTE PARA LA HISTORIA DEL TURISMO

Josefina Mallo - josefina.mallo@econo.unlp.edu.ar
Analía Luján Hernández- analiahernandez@gmail.com

*Universidad Nacional de La Plata,
Facultad de Ciencias Económicas,
Instituto de Investigaciones en Turismo.*

Palabras clave: Historia del Turismo - Historia de las emociones - Flânerie - Prácticas turísticas - Siglo XX.

Introducción

El presente trabajo está inscripto en un proyecto de investigación más amplio, dirigido por el Arq. Alfredo Conti, cuyo tema es *La construcción del patrimonio turístico. Significación y resignificación de espacios en la provincia de Buenos Aires*. Dentro de este marco, las investigadoras miembros de este subgrupo están estudiando los casos de Chascomús y Carhué como dos de los destinos más paradigmáticos entre los posibles en lo respectivo a humedales en la Provincia de Buenos Aires. Las investigadoras tienen su formación de base en las carreras de Licenciatura en Turismo y Licenciatura en Historia, y un espectro amplio de estudios de posgrado, que incluyen el ambiente, la historia, la psicología, las artes y la administración.

En este marco, y como historiadoras, nos propusimos pensar las prácticas turísticas en su devenir histórico, y los cambios y continuidades que pueden experimentarse en ellas. Formándonos como investigadoras en historia de las emociones y los sentidos, y con trabajos de doctorado que se desarrollan en el siglo XIX, centramos la presente propuesta en delinear algunas modalidades de flânerie en el paso del siglo XIX al XX, analizarlas como práctica encarnadas y contrastarlas con algunas discusiones sobre el derecho a la ciudad, en línea con las preguntas que se hace Featherstone (1998), indagando si esta práctica ha sido históricamente situada o continúa en la actualidad.

Marco teórico de referencia

La *flânerie* nos ha llegado a través de la literatura como práctica. Estos textos están organizados en tono a un sujeto deambulante que se percibe a sí mismo en su percibir del entorno. O, como dice Viñas en sus descripciones del viaje de fines del siglo XIX.

¿Cuál es el núcleo de esa actitud contemplativa que crece paulatinamente impregnando y definiendo los viajes finiseculares? Un quietismo desdeñoso de la historia como índice de cambio, de suciedad y de perturbación y que para reemplazarla va poniendo de su parte – a lo largo de reiteradas apelaciones – a la eternidad como clima y región de lo inmutable (...) Penetramos pues en la extensa y aterciopelada comarca de la vida interior. (Viñas, 1982, p. 35)

En línea con la pregunta de Featherstone (1998) y Han (2021) el presente trabajo pone en cuestión las relaciones entre la experiencia estética de los espacios públicos y las posibilidades de estos mismos espacios para sus ciudadanos. Y en esta relación pensar de

que hablamos (y que experimentamos) cuando hablamos de espacios públicos en el pasado, utilizando la categoría tal como la entiende Gorelik (2008).

Se discutirán también actualizaciones del concepto de *flânerie* y su contraparte, *choraster* (González, 2012; B. Wearing & Wearing, 1996; S. Wearing et al., 2019; Yilmaz, 2020) como conceptualizaciones que no terminan de captar las connotaciones emocionales de la práctica históricamente situadas.

Nuestro acercamiento está enmarcado en los conceptos de prácticas encarnadas de Monique Scheer (2012) que dota a la historia de una nueva encarnadura: extender los confines de la materialidad al cuerpo mismo de los sujetos analizados. Estos nuevos recorridos -originalmente deudores de la historia de las mentalidades, de la cultural o la institucional- se presentan en la actualidad como campo fértil para la historia social desplegando nuevas lecturas en torno a una de sus problemáticas centrales, como es la construcción y consolidación de grupos sociales, sus regímenes internos y la posibilidad de interacción entre los mismos. Las dificultades inherentes a las fuentes que fueron planteadas en los trabajos pioneros han permitido desplegar recursos metodológicos que permiten integrar al análisis elementos de la cultura material, las dimensiones intelectuales y el sistema de creencias a partir, a priori, de documentos textuales de diversa índole (manuales, publicaciones periódicas, literatura, correspondencia pero también expedientes judiciales, legislación y publicaciones de índole académica), iconografía y análisis espacial.

Metodología

El presente trabajo es cualitativo, descriptivo y exploratorio. Los datos a partir de los que se contrastará la teoría serán literatura y fotografías, conformada por una muestra aleatoria de autores argentinos que registran su *flânerie* o sus viajes en el paso del siglo XIX al siglo XX.

La literatura será abordada por medio del análisis de discurso, rescatando a partir del mismo las emergencias de emociones en la práctica del *flâneur*, su rescate de la ciudad como un organismo. Se utilizarán Recuerdos de Viaje (Mansilla de García, 1882), y poemas de Baldomero Fernandez Moreno de Las iniciales del misal (1915) y Ciudad (1917).

El corpus fotográfico que se recabó está constituido por fotos familiares también será analizado en tanto discurso. A partir de las mismas se recupera un espacio que permite dotar de sentido a las sociabilidades y las experiencias, pero que también permite analizar las encarnaduras emocionales que el espacio público despertaba en el paseante.

Resultados y conclusiones

A partir de los datos recabados postulamos la necesidad de re-pensar prácticas como la *flânerie* no solamente en cuanto método de investigación-acción (Venegas & Pérez, 2022), sino también en tanto experiencia de movilidad que constituye, junto con el *chora*, la experiencia turística en sí misma (González, 2012; B. Wearing & Wearing, 1996; S. Wearing et al., 2019; Yilmaz, 2020). La conceptualización de la *flânerie* es una construcción históricamente situada en la conformación de ciudades industriales y sus entornos, en el redescubrimiento de los espacios conocidos, en su posterior construcción en discursos (poemas, escritos, imágenes) que alimenten a quienes los recorren en la construcción de su identidad, de su yo interior.

Esta reactualización de la figura del *flâneur*, más allá de sus implicancias teóricas, desdibuja el profundo conocimiento del espacio que tiene quien lo recorre. En este sentido, es interesante recordar el poema Callejuela, de Fernandez Moreno, uno de los que conforman su poemario Ciudad...

Callejuela

(*Rauch*)

Callejuela apartada,
humilde callejuela
que ofreces a mi espíritu cansado
de tanta calle recta,
el sencillo misterio de tu curva...
Gracias, hermana callejuela.

El análisis de los datos recogidos nos permite pensar que la apropiación de estos espacios está impregnadas de cotidianidad. La experiencia del viaje antes de la incorporación de grandes grupos era, si bien no exclusivamente, de larga duración o a lugares visitados con asiduidad. La experiencia de la flânerie en el paso del siglo XIX al XX permite el desapego justamente porque el recorrido puede repetirse en una serie infinita de variaciones que serán dadas por los cambios en el entorno (el clima, los otros participantes de la escena, el momento del día) pero también en los cambios de humor del paseante mismo. Y de una educación y sensibilidad especial. Como dice Mansilla

La admiración, cuando va acompañada de sorpresa suele ser menos atractiva, y, sobre todo, menos razonada. Pocas cosas hay más susceptibles de crecer y educarse que la admirabilidad. El salvaje no se da cuenta de los edificios que ve por vez primera; los ve mal, los juzga con su criterio estrecho de salvaje (1882, p. 34).

En ese espacio público entonces el paseante educado y sensible se veía necesariamente excluido de ciertos rituales y sociabilidades. En este sentido, es nuestra principal conclusión que estas prácticas son necesariamente anteriores a las configuraciones socio-histórico-urbanísticas de conceptos como espacio público (Gorelik, 2008) y por lo tanto es necesario repensar el uso de esta categoría.

Referencias bibliográficas

- Featherstone, M. (1998). The flâneur, the city and virtual public life. *Urban studies*, 35(5-6), 909-925.
- Fernández Moreno, B. (1915). *Las iniciales del misal*. s.n.
- Fernández Moreno, B. (1917). *Ciudad ...* Sociedad Cooperativa Editorial limitada.
- González, F. E. (2012). El turista: De flâneur a choraster. *Fluor: magazine on contemporary culture*, 3, 30-34.
- Gorelik, A. (2008). El romance del espacio público. *Alteridades*, 18(36), 33-45.
- Han, B.-C. (2021). *No cosas. Quiebres del mundo de Hoy*. Taurus.
- Mansilla de García, E. (1882). *Recuerdos de viaje*. Imprenta de Juan A. Alsina.
- Scheer, M. (2012). Are emotions a kind of practice (and is that what makes them have a history)? A Bourdieuan approach to understanding emotion. *History and theory*, 51(2), 193-220.
- Venegas, G. J. Q., & Pérez, A. M. P. C. (2022). La creación del branding turístico y de la sinécdoque turística de Zacatlán a partir de la descampesinización local y el comercio de los productos de manzana. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo*, 2(2), 020-020. <https://doi.org/10.24215/27186717e020>

Viñas, D. (1982). *La mirada a Europa: Del viaje colonial al viaje estético*. Centro Editor de América Latina. <http://www.biblioteca.org.ar/libros/155371.pdf>

Wearing, B., & Wearing, S. (1996). Refocussing the tourist experience: The flâneur and the choraster. *Leisure studies*, 15(4), 229-243.

Wearing, S., Schweinsberg, S., & Johnson, P. (2019). Flâneur or choraster: A review of the travel narrator in the formation of the tourist experience. *Tourism Analysis*, 24(4), 551-562.

Yılmaz, L. (2020). The Tourist Typology in Cultural Tourism in Turkey: Flâneur and Choraster. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET*, 10(1, 2 e 3).

Eje temático 2: Turismo y Sociedad

TÍTULO: LAS PLAYAS EN IGUALDAD DE DERECHOS: INDICADORES FÍSICOS Y SOCIALES DE ACCESIBILIDAD

Romina Di Meglio - dimeglioromina@gmail.com
Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras claves: Accesibilidad - Indicadores - Igualdad de oportunidades - Playa - Perspectivas críticas.

Introducción

El acceso equitativo al espacio público de calidad supone que todos los ciudadanos tengan la posibilidad de hacer uso en igualdad de oportunidades, es decir, con condiciones de accesibilidad, seguridad y comodidad. En otras palabras, la Accesibilidad Universal es una característica insoslayable para garantizar, efectivamente, el uso colectivo del espacio público.

Específicamente haciendo referencia al colectivo de la discapacidad, en la actualidad, a nivel mundial, existe un consenso en reconocer a la discapacidad como un asunto público en el que el entorno deviene un factor clave en el grado de participación de las personas y en la posibilidad del ejercicio de sus Derechos Humanos (ONU, 2006; OMS, 2001). Desde una mirada histórica, esta conceptualización se aleja de la mirada dominante en el siglo pasado, llamada modelo médico o individual, que reducía la discapacidad a una tragedia biológica personal que únicamente requería rehabilitación y asistencia social (Oliver, 1998). Las bases del nuevo acuerdo nacen entre los años '60 y '70 en el mundo anglosajón. Allí, las personas con discapacidad, impulsando sus propios cambios políticos, crean lo que se llamará el modelo social de la discapacidad (Oliver, 1983) o modelo de las barreras (Palacios, 2017). Desde ese paradigma, afirmarán que la discapacidad es definida por las desigualdades que generan las barreras de los entornos (en sus aspectos arquitectónicos, sociales e ideológicos), al no considerar la diversidad como cualidad inherente a la condición humana (Oliver, 1998).

De esas batallas surgirían, en los años '80, por un lado, los Disability Studies o estudios sociales de la discapacidad, en tanto área de investigación crítica destinada a visibilizar y explicar las barreras discapacitantes, con el fin de promover el cambio social, y, por otro, el paradigma de los Derechos Humanos, que buscaría a nivel internacional generar documentos internacionales que exigieran la transformación de las políticas de discapacidad, abandonando enfoques biologizantes y asistencialistas, para reconocer a este sector de la población como sujetos de derechos (Palacios, 2008; Palacios y Bariffi, 2007; Ferrante, 2014; Ferrante y Ramacciotti, 2021). Un hito emblemático de conquista de estas reivindicaciones históricas lo constituye, en el 2006, la sanción de la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (en adelante, CIDPD), firmada ante la Asamblea General de Naciones Unidas (ONU, 2006).

En el contexto nacional, en 2006, Argentina firmó la CIDPD, y, en el año 2008, a través de la Ley N° 26378, la ratificó. Esto significa que nuestro país debiera adherir a una política de aplicación integral de la accesibilidad, atenta a construir un entorno físico y social inclusivo, entendiendo al ser humano en su diversidad física y funcional y sus cambios a través de los años (Coriat, 2002). Sin embargo, diversos actores revelan que esto es una materia pendiente. Por su parte, el Comité de seguimiento de la CIDPD en

Argentina, órgano experto que evalúa el grado de acogimiento a las recomendaciones de dicho instrumento internacional, en su informe del 2012 expresa su preocupación respecto a la ausencia de mecanismos efectivos de supervisión y evaluación del cumplimiento de la normativa referida a accesibilidad (Comité de Naciones Unidas, 2012).

Al mismo tiempo, estudios sociales de la discapacidad locales evidencian la persistencia de barreras plasmadas los entornos. Estas limitantes generan una realidad discapacitante (Joly, 2002), que favorece el aislamiento social de las personas con discapacidad, recluyéndolas a los confines del espacio privado, especialmente a aquellas más desposeídas en términos económicos y en nivel de autovalía (Venturiello, 2016; Ferrante, 2014). De este modo, se ahondan las desigualdades de clase social (ya que algunas barreras físicas pueden sortearse, por ejemplo, a partir de la posesión de un automóvil particular) y se incrementa la vulnerabilidad social (Olivera Poll, 2006), al no garantizarse la igualdad de condiciones. En esos sentidos, desde la Geografía Crítica, se habla de prácticas socioespaciales discriminatorias y excluyentes (Soja, 2014) y de espacios excluyentes (Olivera Poll, 2006).

Específicamente haciendo mención del sector turístico, el Comité Mundial de Ética del Turismo (OMT, 2013, p. 6) apela a una fuerte presencia del Estado por medio de una adecuada planificación en turismo, para garantizar la accesibilidad a todas las personas: las administraciones nacionales “deberían promover la aplicación de normas de accesibilidad y directrices técnicas para hacer que el turismo accesible para todos sea una realidad”. Al mismo tiempo, advierte que, en el mundo, el 15% de la población tiene alguna discapacidad, y el porcentaje irá en aumento, ante el rápido envejecimiento de la población, que, según pronósticos, será del 20% para el año 2050.

En función de todo lo planteado anteriormente, desde una perspectiva espacial y a partir de un enfoque de derechos, con vistas una ordenación urbano-costera regida por la accesibilidad, se plantean dos objetivos: -analizar las nociones de Accesibilidad Universal y discapacidad desde el enfoque de Derechos Humanos, en relación con un ordenamiento urbano-costero que garantice la igualdad de condiciones en el uso de los espacios; - exponer el diseño de indicadores de accesibilidad en el entorno, que constituyen los componentes físicos y sociales de la accesibilidad en el espacio urbano y el espacio litoral, los que hacen a una accesibilidad integral, que garantizaría la denominada cadena de accesibilidad; esto último se propone como herramienta de diagnóstico para los entornos y como instrumento a partir del cual generar posibles recomendaciones de mejoras sociales.

En cuanto a la metodología, el estudio se aborda desde un enfoque cualitativo del proceso de investigación social, a partir de la revisión bibliográfica y del análisis documental. Resultado de la tesis doctoral (2020), la construcción de los indicadores de accesibilidad fue realizada en base al Manual sobre Turismo Accesible para todos (OMT, 2015), a Coriat (2002), a Guerrero (2018) y a las Directrices de Accesibilidad en Servicios Turísticos (Ministerio de Turismo de la Nación, 2010), teniendo en cuenta, además, diversa legislación en los distintos niveles del Estado.

En definitiva, en este trabajo se realiza una propuesta de instrumentos para desarrollar diagnósticos de los espacios en términos de accesibilidad, con vistas, en última instancia, a la generación de lineamientos de acción que reduzcan la falta de la posibilidad de ejercer un derecho en igualdad de condiciones. Para este caso, lo anterior se referiría al diseño de entornos que garanticen la participación plena de todos los ciudadanos en la sociedad, lo que incluye las condiciones necesarias tanto para la llegada como para el acceso y permanencia al espacio público en las playas.

Referencias bibliográficas:

Comité de Naciones Unidas (2012) *Observaciones Finales CRPD Argentina 2012* [en línea] <http://www.faica.org.ar/template.php?file=documentos/informes-y-documentos-de-onu.html>

Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. 2006 [en línea] <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/140000-144999/141317/norma.htm>

Coriat, S. (2002) *Lo Urbano y lo Humano. Hábitat y discapacidad*. España: Fundación Rumbos - Universidad de Palermo [en línea] <http://www.rumbos.org.ar/sites/default/files/LO%20URBANO%20Y%20LO%20HUMANOlw.pdf>

Ferrante, C. (2014) *Renguear el estigma. Cuerpo, deporte y discapacidad motriz (Buenos Aires, 1950-2010)*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.

Guerrero Palma, P. (2018) “¿Cómo medir la accesibilidad turística? Importancia de los sistemas de indicadores para validar destinos turísticos accesibles. En: *Tierra infinita*. Vol. 4, N° 1, Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales - UPEC [en línea] <http://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/tierrainfinita/article/view/785>

Joly, E. (2002) “La discapacidad como construcción social”. En: *Seminario interdisciplinario “Capacidades y diferencias”*. Universidad Nacional de La Plata. 24 de octubre [en línea] <http://www.rumbos.org.ar/capacidades-y-diferencias-la-discapacidad-como-construccion-social>

Ministerio de Turismo de la Nación Argentina (MT) -Servicio Nacional de Rehabilitación (2010) *Directrices de Accesibilidad en servicios turísticos y Guía de Autoevaluación* [en línea] https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/02-18_directrices-accesibilidad-servicios-turisticos.pdf

Olivera Poll, A. (2006) “Discapacidad, accesibilidad y espacio excluyente. Una perspectiva desde la Geografía Social Urbana”. En: *Treball de la Societat Catalana de Geografia*, 61-62, p. 326-343 [en línea] <https://www.raco.cat/index.php/TreballsSCGeografia/article/viewFile/256623/343613>

Organización Mundial de la Salud -OMS- (2001) *Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud: CIF*. España: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales- Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad- Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) [en línea] https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43360/9241545445_spa.pdf?sequence=1

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2015) *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo II: Cadena de Accesibilidad y recomendaciones*. España [en línea] <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416509>

ONU (2006). *Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad*. New York: UN. Organización Mundial del Turismo (OMT) (2015) *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo II: Cadena de Accesibilidad y recomendaciones*. España [en línea] <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416509>

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2015) *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo II: Cadena de Accesibilidad y recomendaciones*. España [en línea] <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416509>

Soja, E. (2014) *En busca de la Justicia Espacial*. P. 107-157. España: editorial Tirant Humanidades. Toscana Aparicio, A. (2017) “En busca de la justicia espacial”. En: *Política y cultura*. N° 48, p. 209-213 [en línea] <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n48/0188-7742-polcul-48-00209.pdf>

Venturiello, M. P. (2016) *La trama social de la discapacidad. Cuerpo, redes familiares y vida cotidiana*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Eje temático 2. “Turismo y Sociedad”

**TURISMO Y ESPACIO PÚBLICO: PERCEPCIONES DE LOS ACTORES
COMUNITARIOS EN DESTINOS COSTEROS. EL CASO DE LA “ASAMBLEA
POR LOS ESPACIOS PÚBLICOS” EN EL PARTIDO DE GRAL.
PUEYRREDON (ARGENTINA)**

Lic. Anna Madelein Heimsch - heimschmadelein@gmail.com

Mg. Daniela Castellucci - dicastel@mdp.edu.ar

Mg. Gonzalo Cruz - olaznogzurc@gmail.com

*Universidad Nacional de Mar del Plata,
Centro de Investigaciones Económicas y Sociales*

Palabras clave: Espacio público - Actores locales - Turismo - Percepción - Privatización.

Introducción

Mar del Plata es reconocida como uno de los principales destinos turísticos del país, siendo la playa uno de los atractivos más elegidos por una gran cantidad de argentinos que disfrutan de su verano en la ciudad. El proceso de urbanización que trajo consigo el crecimiento del movimiento turístico, dio lugar a una serie de transformaciones en la configuración de los espacios públicos. En este sentido, desde inicios del siglo XX ciertos agentes turísticos comenzaron a apreciar la franja costera como un factor productivo para la explotación turística, la cual se daría a partir de la privatización de las playas (Castellucci, 2022; Cicalese, 2002; Cruz, 2020).

Dicha acción generó conflicto con distintos actores locales, tales como los residentes, los cuales se agruparon en organizaciones para defender la utilización y disfrute de sus espacios (Cicalese, 2002; Cruz, 2020). En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo estudiar la percepción de los miembros de la “Asamblea por los Espacios Públicos” respecto del desarrollo del turismo en el espacio costero sur del Partido de General Pueyrredón.

Se considera que un análisis de este tipo contribuye a la construcción de un diagnóstico sobre la actualidad turística del destino. De esta forma, los resultados emergentes pueden constituir un insumo para reflexionar acerca del direccionamiento de la gestión pública en materia turística del Partido de General Pueyrredón, como así también para la formulación de políticas públicas que consideren la inclusión de las distintas perspectivas de sus habitantes.

El estudio de las percepciones de los actores y agentes locales en el campo del turismo resulta relevante en tanto otorga un panorama de las distintas lógicas que están en juego en el proceso del desarrollo turístico (Castellucci et al., 2018). En este sentido, Presenza, Del Chiappa y Sheehan (2013) manifiestan la importancia que tiene la consideración de la perspectiva de los residentes para el diseño de políticas públicas, entendiendo que en la construcción de procesos decisorios se deben incorporar los diversos actores sociales del destino. Por otra parte, los efectos que puedan tener las percepciones de la comunidad residente respecto del desarrollo turístico, están asociadas a la percepción que esta tenga sobre las posibilidades que el turismo mejore o afecte su calidad de vida (Monterrubio, citado por Brida, Riaño y Zapata Aguirre, 2012).

Marco teórico de referencia

La revisión de la literatura efectuada hasta el momento sobre la percepción del residente respecto del desarrollo turístico y sus impactos, muestra la existencia de una importante producción científica a nivel internacional. La mayoría de los trabajos se centran en estudios de caso, tales como los realizados por Akbulut y Ekin (2018), Brida et al. (2012), Cornejo-Ortega, Andrade-Romo, Chávez-Dagostino y Espinosa-Sánchez (2018), entre otros. En particular, se destaca la investigación realizada por Loor Pilay, Forteza Pons y Sánchez Chávez (2018), quienes indagan en la percepción de la comunidad respecto de la actividad turística, reconociendo el análisis de la misma como un componente primordial para la planificación y el desarrollo local armónico y sostenible. Estos autores concluyen que resulta primordial en estos procesos, la mediación local en los proyectos turísticos, con el motivo de prevenir consecuencias negativas que afecten al destino.

A nivel nacional los estudios que se realizaron sobre el tema son escasos y principalmente en destinos consolidados de sol y playa, como es el caso de Mar del Plata, en torno al desarrollo turístico (Corbo et al., 2018) y a los impactos del turismo (Castellucci et al., 2018). Los resultados de estas investigaciones concluyen en la importancia del estudio de las percepciones ya que ello permite encauzar una gestión participativa del destino.

Entre la bibliografía reciente que indaga en la percepción y la acción desarrollada por organizaciones sociales en el marco de problemáticas relacionadas a la expansión del turismo es posible mencionar trabajos como los de Cruz (2020), Vianello (2016), Zizumbo-Villarreal, Pérez, Ramírez y Quintanilla (2009), McGehee, Kline y Knollenberg (2014) y Estrada (2013), entre otros. Vale mencionar que la literatura producida en este campo es aún incipiente. En este sentido, el presente trabajo pretende contribuir a través de la generación de conocimiento a un ámbito reciente y en crecimiento.

De acuerdo al objetivo de investigación formulado, se adoptará la conceptualización de percepción propuesta por Luz María Vargas, quien la define como un “proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización” (Vargas, citado en Rojas Rodríguez, 2020). Dicho proceso sucede en un determinado territorio y espacio social, asociados a imaginarios, identidades y sentidos de pertenencia específicos.

La noción de actor que se adopta en el presente trabajo es el formulado por Arocena (2006). Según este autor el concepto de actor local se entiende a partir de su relación con el contexto en el cual acciona e interactúa. De esta forma, se define a los actores locales como aquellos residentes reunidos con un fin común, el cual será mejorar la calidad de vida de su barrio o localidad. El autor a su vez plantea tres categorías de actor local: a) quienes se encuentran vinculados a la toma de decisiones en contextos políticos institucionales; b) profesionales expertos asociados a técnicas particulares; c) la población en conjunto con sus acciones y expresiones sobre el terreno.

Es decir, para poder potenciar la actividad turística se debe hacer partícipe a los actores sociales que forman parte del destino. Rojas Rodríguez (2020) sostiene la necesidad de considerar las percepciones de los residentes a fin planificar el desarrollo del turismo. Con esto en mente, se determinará la dirección de las acciones que se lleven a cabo a partir de políticas públicas, reflexiones y/o la creación de planes de trabajo que colaboren al beneficio y satisfacción de la población local. Estos últimos podrán tener percepciones diversas de acuerdo a los costos y beneficios que obtengan y a las experiencias que tenga cada individuo en particular (Castellucci et al., 2018).

Metodología

Se propone una estrategia metodológica cualitativa desde la perspectiva etnográfica del estudio de caso. Desde este abordaje, el objetivo establecido busca indagar en las perspectivas de los actores integrantes de la organización comunitaria a partir de la identificación y análisis de su percepción respecto del desarrollo turístico.

En este caso, al prevalecer la lógica inductiva, las categorías analíticas emergen a partir de los testimonios de los actores sociales y de las observaciones in situ. Por otra parte, en el estudio de caso se busca la profundización de sus particularidades y el conocimiento global del mismo por sobre la generalización de los resultados.

Se emplea como técnica de recolección de datos el análisis de contenido de un corpus integrado por fuentes escritas: documentos oficiales (boletín municipal e informes municipales), artículos periodísticos de la prensa local y vecinal y publicaciones en las plataformas digitales (redes sociales y blogs) de la organización comunitaria objeto de estudio.

Las categorías de análisis relevadas respecto de la percepción del desarrollo del turismo, refieren a: definición de turismo en el Partido de General Pueyrredón, problemas en los espacios públicos costeros y posibles soluciones, los impactos del turismo en los espacios costeros, el papel de los empresarios de balnearios y el rol del Estado en el turismo.

Principales resultados y conclusiones

La organización socioambiental “Asamblea por los Espacios Públicos” fue fundada por un conjunto de residentes de la zona sur de Mar del Plata en el año 2015 y pertenece al colectivo Faro de la Memoria. Su creación se basa en tratar la expulsión de los vecinos de determinados sectores de playa ante la privatización de las mismas; visibilizar aquellas situaciones consideradas injustas e impulsar manifestaciones con el propósito de concientizar acerca del derecho al uso y goce de escenarios sociales y colectivos.

El conflicto sobre la privatización del espacio público en la franja costera del Partido de General Pueyrredón se ha incrementado en los últimos años, provocando el enfrentamiento de diferentes actores por el uso de las playas públicas y su funcionalización. En este sentido, y como consecuencia de los reclamos del avance de lo privado sobre lo público, nace una nueva valoración del territorio que considera a la playa como un bien con valor cultural y ecológico, en desafío a las visiones predominantes ancladas en la perspectiva mercantil, tal como lo manifiesta Cruz (2020).

A partir de los datos recabados, es posible observar que los residentes integrantes de la Asamblea entienden la importancia de fomentar la creación de un modelo turístico que sea sustentado en dicha valoración. En donde sea primordial la preservación del espacio y se permita un uso y disfrute igualitario tanto para turistas como para residentes.

En este sentido, los miembros de la Asamblea buscan la atenuación de los impactos negativos que la actividad turística conlleva. Desde el punto de vista económico observan una concentración de los beneficios en el sector privado a partir de la explotación de un bien público. En cuanto a los impactos ambientales, los activistas indican la acentuación de la erosión costera y la reducción de los espacios verdes de la zona. Finalmente, se denuncia la exclusión de un sector social del uso y disfrute de la playa. Los concesionarios son vistos como el sector responsable de este tipo de impactos junto con el Estado local.

En lo que refiere a la percepción sobre el papel del Estado, se advierte una postura crítica de los miembros de la Asamblea. En este sentido, los residentes observan una falta de asignación de recursos que permita la adecuada ejecución de las normativas vigentes, la cual queda de manifiesto a partir de su escasa intervención y control del cumplimiento de regulaciones por parte de las entidades balnearias.

Como reflexión final, se considera que para lograr la gestión integral de un destino resulta relevante hacer partícipe a la mayor parte de los actores interesados. Para lograr esto, será primordial el incremento de la presencia del Estado local en la planificación y en la toma de decisiones acerca de asuntos críticos, como es el uso y disfrute de los espacios públicos costeros.

Referencias bibliográficas

Akbulut, O. y Ekin Y. (2018). Percepciones y actitudes de la población local hacia el turismo cinematográfico en el contexto del apego al lugar. Un estudio en la Provincia de Mugla, Turquía. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27, 276-294.

Arocena, J. (2006). La tensión actor-sistema en los procesos contemporáneos de desarrollo. *Desarrollo Local y gobernanza. Enfoques transdisciplinarios*. Montevideo: CLAEH, 101-109.

Brida, J. G., Riaño, E. y Aguirre, S. Z. (2012). Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. *Cuadernos de turismo*, (29), 79-107.

Cacciutto, M., Corbo, Y. A., Cruz, G., Roldán, N. G., Castellucci, D., y Barbini, B. (2013). Percepciones de los residentes en destinos turísticos. Principales tendencias de abordaje e implicancias de la perspectiva socio-política. *XII Jornadas Nacionales y VI Simposio de Investigación-Acción en Turismo*, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Ushuaia, Tierra del Fuego.

Castellucci, D. (2022, del 2 al 4 de marzo). La playa: de atractivo turístico a recurso económico. Mar del Plata (Argentina), 1976-1983 [ponencia]. *VII Congreso Latinoamericano de Historia Económica (CLADHE)*, Lima, Perú.

Castellucci, D., Cruz, G., Barbini, B., (2018). Comunidad residente y turismo: percepción de los impactos en un destino de sol y playa. El caso de Mar del Plata (Argentina). En A. Muñoz Barriga, M. Osorio y G. Guijarro (Ed.), *Tendencias de investigación en turismo en América Latina. Estudios de caso* (pp. 46-63). Ecuador: PUCE.

Cicalese, G. (2002). Conflictos políticos, enredos jurídicos y negocios de verano en torno de las playas marplatenses. La geografía política de la ribera entre 1874 y 1976. En E. Pastoriza (Ed.). *Las puertas al mar: consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar* (pp. 133 –165). Biblos.

Corbo, Y. A., Roldán, N. G., y Cruz, G. (2018). Ciudad y Turismo: percepciones de los actores locales sobre el destino Mar del Plata. *Primer Congreso Vivir la Ciudad. Patrimonio, diversidad cultural e identidad en la ciudad contemporánea*, Posadas, Argentina.

Cornejo Ortega, J. L., Andrade Romo, E., Chávez Dagostino, R. M., y Espinosa Sánchez, R. (2018). Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México. *Pasos*, 16(3), 745-754.

Cruz, G. (2019). Perspectivas teóricas para el abordaje de los movimientos sociales y su incorporación en el campo de la investigación en turismo. *Turismo y Sociedad*, 25, 195-216.

Cruz, G. (2020). Movilización social y Turismo: El conflicto por la privatización del espacio costero en la ciudad de Mar del Plata, Argentina. *Dimensiones turísticas* (5).

Estrada Meléndez, O. H. (2013). Turismo alternativo surgido de movimientos sociales: los casos de Sierra Club y Casa Pueblo en Puerto Rico. *Topofilia*, 4(1), 17-31. Recuperado de <http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/cuatro1dos1.pdf>

McGehee, N., Kline, C. y Knollenberg, W. (2014). Social movements and tourism-related local action. *Annals of Tourism Research*, 48, 140-155. doi: 10.1016/j.annals.2014.06.004

Loor Pilay, D. C., Forteza Pons, J. J., & Sánchez Chávez, A. M. (2018). Análisis de la percepción de la población del cantón Paján (Ecuador) hacia la implementación de la actividad turística. *Espacios*, 39(37), p.19-xx <http://www.revistaespacios.com/a18v39n37/a18v39n37p19.pdf>

Rojas Rodríguez, V. (2020). Percepciones de la población residente sobre los impactos turísticos en el desarrollo local. Estudio de caso: departamento de Maldonado, Uruguay.

Vianello, M. (2016). The No Grandi Navi campaign. En C. Comb y J. Novy Oxon (eds.), *Protest and resistance in the tourist city* (pp. 171-191). Oxon: Routledge.

Presenza, A., Del Chiappa, G. y Sheehan, L. (2013). Resident's engagement and local tourism governance in maturing beach destinations. Evidence from an Italian case study. *Journal of Destination Marketing y Management*, 2, 22-30.

Zapata Campos, M. J. (2003). Los agentes turísticos: una aproximación desde la sociología y la ciencia política". En A. Rubio Gil (Coord), *Sociología del Turismo*. Barcelona: Ariel, pp. 213-247

Zizumbo-Villarreal, L., Pérez-Ramírez, C. y Quintanilla Montoya, A. (2009). La construcción social de la acción colectiva. Y los desafíos del medio rural en el contexto del desarrollo turístico. *VIII Jornadas de Sociología*, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

3. Eje Turismo, Organizaciones y Servicios

Eje temático 3: Turismo, Organizaciones y Servicios

**CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO EN FIESTAS POPULARES
GASTRONÓMICAS PROGRAMADAS, PROVINCIA DE BUENOS AIRES
(ARGENTINA)**

Priscila Anyelentesio Tesio -priscila@gmail.com

Silvana Soledad Gallucci- gallucci@uns.edu.ar

Universidad Nacional del Sur

Palabras clave: Calidad percibida – Servicio – Fiestas populares gastronómicas programadas – Atributos de calidad – Sudoeste Provincia de Buenos Aires.

Introducción

Una forma de conocer las culturas locales es a través de las fiestas populares gastronómicas programadas, las cuales forman parte de la oferta turística recreativa de un lugar y actúan como nexo entre la actividad y el patrimonio cultural inmaterial.

Los festivales gastronómicos promueven la cultura local o etnia a través de la difusión de sus platos típicos permitiendo que los visitantes adquieran una experiencia enriquecedora a partir de sus tradiciones. De este modo, la gastronomía se constituye en un elemento dinamizador del espacio social, a la vez que fortalece el turismo cultural.

En la actualidad, los asistentes a este tipo de fiestas otorgan cada vez mayor valor a la calidad de los servicios demandados para la satisfacción de sus expectativas. Cabe destacar que los servicios se componen de características intangibles que complejizan la evaluación de la calidad del servicio prestado, consecuencia del mecanismo de percepción en el cual intervienen los sentidos, la voluntad y la predisposición que la persona experimenta frente a su consumo. De esta conjunción resulta el juicio de valor sobre calidad del servicio percibida por el visitante al momento de interactuar con algún elemento perteneciente a sus dimensiones.

En este marco, el presente artículo plantea como objetivo evaluar la calidad percibida por los visitantes sobre el servicio prestado en tres fiestas populares gastronómicas programadas que forman parte del Calendario Turístico de la Provincia de Buenos Aires y que se realizan actualmente en la región del sudoeste bonaerense (Argentina).

En función del objetivo general se definen los siguientes objetivos específicos: a) conocer las fiestas populares gastronómicas programadas que se realizan actualmente en el sudoeste de la Provincia de Buenos Aires; b) determinar atributos para la medición de la calidad en las fiestas populares gastronómicas programadas en función del comportamiento del visitante; c) caracterizar el comportamiento de los visitantes que asisten a las mismas; d) medir y analizar la calidad percibida por los visitantes en función de los atributos de calidad previamente definidos; e) establecer lineamientos tendientes a la mejora continua en la calidad de la prestación de los servicios brindados en estos eventos que contribuyan a su vez, a generar valor para los visitantes.

Esta evaluación se realiza a través de atributos específicos sobre calidad del servicio y en particular, también se exploran atributos relacionados con la manipulación alimenticia. Ello permite conocer las deficiencias que presenta el servicio a través de la identificación de aquellos atributos que requieren mayor atención, así como atributos que aportan valor en la experiencia sensorial de los visitantes a fin de lograr la mejora continua en los servicios prestados.

A partir del calendario de fiestas y festivales populares propuesto por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires (2022), se seleccionan: a) Fiesta del Asador en Puán que se realiza el primer o segundo fin de semana de noviembre; b) Fiesta de la Omelette Gigante en Pigüé realizada el primer domingo de diciembre; c) Fiesta del Camarón y el Langostino en Ingeniero White que se realiza en Semana Santa.

Marco teórico de referencia

La revisión bibliográfica muestra una diversidad de publicaciones científicas que han abordado la relación gastronomía y turismo desde diferentes perspectivas y escalas (Barrera, 1999) (Schlüter, y Norrid, 2002) (Schlüter, 2003) (Schlüter, 2006) (Cohen, y Avieli, 2004) (Richards y Hjalager, 2012) (López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2012) (Millán Vázquez de la Torre y Morales Fernández, 2012) (UNESCO, 2017).

La gastronomía es un elemento importante de construcción social y representativo de la cultura de una comunidad dado que se la considera como aquella tradición o expresión viva (tradiciones orales, actos festivos y usos sociales) heredada de los antepasados (García García y Rivas Badillo, 2007) (UNESCO, 2017).

Las fiestas se definen como “manifestaciones socioculturales complejas que incluyen rituales y diversión, pero que implica muchas más dimensiones en relación con la colectividad que las celebra y protagoniza” (Meléndez, 2001). Estos festivales forman parte de la oferta turística-recreativa de un lugar y actúan como nexo entre la actividad y el patrimonio cultural inmaterial (Pinassi, Schenkel y Martin Varisto, 2014).

En relación con la calidad percibida del servicio gastronómico, es necesario definir en primer lugar atributos de calidad. Un atributo es una característica que posee un valor percibido por el cliente, en tanto califican, definen y ayudan a distinguir un producto o un servicio. En consecuencia, los atributos pueden ser considerados como los significantes de las emociones esperadas (vinculado con las creencias, valores y esencia espiritual) (Capece, 2006).

De este modo, se definen como netamente cualitativos desde la visión de la demanda en tanto es un concepto subjetivo ya que depende de las percepciones propias sobre la prestación del servicio comparado con impresiones previas al consumo. A partir de ello, se define la calidad percibida como la evaluación global, similar a una actitud, que el consumidor realiza sobre el nivel de excelencia o superioridad del servicio ofrecido por una determinada organización. Se entiende así a la calidad percibida como un resultado de la comparación entre las expectativas en relación con la prestación que se debería esperar de ese servicio y, la percepción sobre el servicio prestado por una organización concreta (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 1993).

El concepto de calidad en el ámbito gastronómico ha ido incorporando nuevos atributos a partir de mayor disponibilidad de información y conocimiento por parte del consumidor, así como a partir de los cambios en la estructura sociocultural y económica de la sociedad. Se remarcan como requisitos primordiales higiene e inocuidad de alimentos. También son importantes otros atributos como el precio, el diseño, el ambiente, la cantidad de comida, la seguridad en el servicio ofrecido, la ubicación, la atención y la eficacia, entre otros. Cada uno de estos atributos varía en función de quién los juzgue, ya sea el productor, el fabricante, el distribuidor hasta el consumidor (Grünwald y Wagner, 2004).

Metodología

El presente estudio de acuerdo a su finalidad constituye una investigación aplicada con base en un enfoque teórico metodológico cualitativo- cuantitativo.

Se establece una primera fase, desde un enfoque cualitativo y con un alcance exploratorio. En esta instancia, se utilizan fuentes de información primaria a través de la realización de entrevistas semiestructuradas a informantes clave vinculados con la organización de los eventos a fin de realizar un primer acercamiento al trabajo de campo. A su vez, se emplean fuentes de datos secundarias a través de la selección de normativas y bibliografía científica de interés en la temática e información obtenida desde sitios de internet oficiales. Como resultado de esta fase, se construyen un conjunto de 30 atributos/indicadores, de los cuales 20 corresponden a atributos que permiten evaluar en particular la calidad percibida en este tipo de servicios turísticos.

Dada las características propias del servicio y a fin de determinar los atributos que permitan medir la percepción de la calidad del servicio bajo análisis, se toman como referencia las cinco dimensiones del servicio propuestas por el Modelo SERVQUAL adoptándolas a las características propias del servicio objeto de estudio (Elementos Tangibles; Responsabilidad; Capacidad de Respuesta; Empatía; Fiabilidad).

La segunda fase, de carácter cuantitativo y con un alcance descriptivo tiene como finalidad realizar el proceso de medición a través de la aplicación de los atributos/indicadores construidos en la primera fase. Se aplica como instrumentos de recolección de datos la encuesta y en forma complementaria, se aplica la observación no participante en los eventos seleccionados en el área de estudio. El resultado de esta fase es la realización de 140 encuestas a los visitantes que asisten a las fiestas gastronómicas definidas en el estudio de caso.

Respecto a las decisiones de muestreo, se determina como unidad de análisis a los visitantes que asisten a las fiestas populares programadas que se realizan en la región del Sudoeste Bonaerense durante los años 2017 y 2018. A partir de ello, se toman como unidades muestrales los visitantes que asisten a: Fiesta del Asador en la localidad de Bordenave, Partido de Puán; Fiesta la Omelette Gigante en Pigüé, Partido de Saavedra y Fiesta del Camarón y el Langostino en Ingeniero White, Partido de Bahía Blanca. El criterio de selección de las mismas se fundamenta en un conjunto de decisiones. En este sentido, las fiestas seleccionadas pertenecen a diferentes Partidos (municipios) que componen la región del Sudoeste Bonaerense; en función de ello, se consideran aquellas fiestas próximas a realizarse en el tiempo, al momento del relevamiento de datos. Finalmente, la toma de decisiones también se basa en la disponibilidad de recursos.

En el marco de este conjunto de decisiones metodológicas y a fin de determinar el tamaño de la muestra, se decide realizar un sondeo. No obstante, se toman como referencia los criterios presentados por Vieytes (2004: 403-404) para definir el tamaño de la muestra en función del universo. Según este criterio, la recolección de datos se basa en un tipo de muestreo no probabilístico bajo la modalidad opinático o intencional.

Teniendo en cuenta que no existen relevamientos de datos sistematizados sobre la cantidad de visitantes que asisten a cada una de las fiestas populares, se decide realizar un sondeo a 140 visitantes teniendo en cuenta que durante el proceso de recolección de datos se observa repetición de características en las respuestas brindadas. En forma complementaria, se entrevista a informantes clave vinculados a la organización de los eventos a fin de tener información general sobre el proceso de manipulación alimenticia.

En la presente investigación, el concepto teórico hace referencia a “Calidad percibida del servicio ofrecido en fiestas populares gastronómicas programadas del sudoeste bonaerense”. En función de este concepto se especifican tres variables: “Perfil sociodemográfico del visitante”, “Dimensiones del servicio en fiestas populares gastronómicas programadas desde la visión de los visitantes” y “Nivel de satisfacción del visitante sobre la calidad del servicio”. A partir de la definición nominal, se determinan

dimensiones, subdimensiones e indicadores. Se utilizan en su mayoría preguntas de tipo cerradas incluyendo distintos tipos de escalas como Likert, Guttman y Rangos.

Resultados

Con respecto a los resultados, se realiza en primer lugar un análisis general sobre la medición de los atributos de calidad percibida valorados por los visitantes al momento de interactuar con alguna de las dimensiones del servicio en cada una de las fiestas que componen la muestra.

A modo de síntesis, el análisis de los datos permite observar que los atributos que requieren mayor atención para la mejora continua del servicio son aquellos vinculados principalmente con las dimensiones “Empatía”, “Elementos Tangibles” y “Responsabilidad”. Estos son: salidas de emergencia señalizadas, ambientación de la fiesta, limpieza en puestos de comida, elementos observados en la vestimenta del personal en contacto con los alimentos, presentación del plato, estado de los baños públicos y relación precio-calidad del servicio.

En segundo lugar, se desarrolla un análisis global de las Fiestas. Para ello, los resultados se centran en las mediciones de cada uno de los atributos de calidad percibida por los visitantes sobre las diferentes dimensiones del servicio (físicas y psicológicas) considerando en su totalidad las tres fiestas populares gastronómicas programadas.

A modo de cierre, a partir de los resultados alcanzados se observa que los visitantes al momento de establecer contacto con algunos de los aspectos o dimensiones del servicio no perciben demasiados valores negativos sobre los atributos. Es decir, si bien existen atributos que han sido evaluados con calificación medio-baja, no se evidencia que el nivel de satisfacción de los visitantes resulte afectado por los mismos, dado que más del 80% de los encuestados señalan el nivel de satisfacción global entre muy satisfecho y satisfecho.

No obstante, en particular, se observa escasa información por parte de los visitantes acerca de los requisitos mínimos que deben tener los manipuladores de alimentos que se encuentran en la atención al público. En este sentido, los atributos relacionados con la higiene (alimentos, puestos de comida, personal en contacto con los visitantes) así como aquellos vinculados con la seguridad del predio, se consideran críticos en tanto no se incorporan en el proceso de prestación del servicio en forma adecuada.

Referencias bibliográficas

Barrera, E. (1999). Las rutas gastronómicas: una estrategia de desarrollo Rural integrado. Trabajo presentado en el IV Seminario Internacional de Turismo Rural del Cono Sur. Santiago de Chile.

Capece, G. (2006). Del inventario de recursos al inventario de atributos. *Excelencia en marketing y administración turística*, 3(7), Foro de profesionales en turismo, pp. 27-29.

Cohen, E. y Avieli, N. (2004). Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), pp. 755-778. DOI: 10.1016

García García, D. A. y Rivas Badillo, N. (2007). Usos turísticos del patrimonio industrial ferroviario en la ciudad de Puebla. Disponible en:
<http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_da/capitulo_2.html>

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (2022). Turismo de la provincia de Buenos Aires: Calendario. Disponible en:
<<https://www.buenosaires.tur.ar/calendario>>

Grünwald, L., Wagner, M. (2004). Pautas de Calidad en el Servicio para Pequeños Hoteles. Programa de asistencia a pequeños hoteles de Centroamérica. Buenos Aires: Fundación Turismo para Todos. Disponible en: <<https://studylib.es/doc/6953178/gastronomia---pautas-de-calidad-en-el-servicio-para-peque%C3%B1os>>

López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. Pasos, 10 (5), pp. 575-584. DOI: 10.25145

Millán Vázquez De La Torre, M. G; Morales Fernández, E. (2012). Denominaciones de origen protegidas (D.O.P.) y turismo gastronómico: una relación simbiótica en Andalucía. Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas, 6, pp.101-121.

Pinassi, A., Schenkel, E. y Martin Varisto, Y. (2014). Los acontecimientos programados como alternativa de desarrollo turístico. Rosa dos ventos. N° 6 (volumen 3), pp. 428 – 445. Disponible en: <<https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547041008.pdf>>

Richards, G. y Hjalager, A. M. (2012). Tourism & Gastronomy. Londres: Routledge. Recuperado de: <https://www.academia.edu/1272253/Tourism_and_gastronomy>

Schlüter, R. (2003). Turismo y patrimonio cultural. La gastronomía de la región pampeana. En R. Schlüter y J. Norrild (Ed.), Turismo y patrimonio en el siglo XXI (pp. 153-160). Buenos Aires: CIET.

Schlüter, R. (2006). Turismo y patrimonio gastronómico Una perspectiva. Buenos Aires: CIET.

Schlüter, R. y Norrid, J.A. (2002). Turismo y patrimonio en el siglo XXI. Buenos Aires: CIET.

UNESCO. (2017) ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Disponible en: <<https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>>

Vieytes, R. (2004). Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y técnicas. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias.

Zeithaml, V.; Parasuraman, A. y Berry, L. (1993). Calidad total en la calidad de los servicios. Madrid: Díaz de Santos.

Normas técnicas y obligatorias consultadas

IRAM - INSTITUTO ARGENTINO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN (2007). NORMA IRAM 14201 - Servicios de alimentos. Buenas prácticas de manufactura.

IRAM - INSTITUTO ARGENTINO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN (2018). IRAM-ISO 22000 - Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria. [ISO 22000:2018, Traducción oficial, (IDT)]

LEY 18284 y DECRETO 2126/1971. MINISTERIO DE LA SALUD DE LA NACIÓN ARGENTINA, Buenos Aires, 1971.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL PARA DE LA SALUD; ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN (2003). Garantía de la Inocuidad y Calidad de los Alimentos: Directrices para el Fortalecimiento de los Sistemas Nacionales de Control de los Alimentos Recuperado de: <<http://www.fao.org/3/y8705s/y8705s00.htm#Contents>>

Eje temático 3: Turismo, Organizaciones y Servicios

LODGES DE SELVA EN MISIONES: ESTRATEGIAS EN TIEMPOS DE POSTPANDEMIA

Ariel Alberto Kremar- arielkremar2@gmail.com

Liliana María Dieckow- lilianadie@gmail.com

Fernando Gutiérrez- fernandotyt@gmail.com

FHyCS- Universidad Nacional de Misiones

Palabras clave: Lodges de selva – Turismo de naturaleza – Estrategias – Ecoturismo - Misiones.

Introducción

Este trabajo se refiere a las estrategias que los lodges de la Provincia de Misiones han aplicado ante los impactos de la pandemia del COVID-19 desde finales del año 2021. La publicación se apoya en el análisis realizado en el marco de la tesis de Maestría en Administración Estratégica de Negocios (Ariel Kremar, 2022 FCE/UNaM) y el proyecto de investigación “Las experiencias turísticas en la provincia de Misiones. Los aportes del Neuromarketing y la Tecnología en los nuevos escenarios de mercado” (16H/1408) de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional de Misiones.

Si bien el enfoque principal se centra en los establecimientos de Lodges, también se lleva a cabo un análisis de las políticas públicas aplicadas en Misiones y las maneras en que estos establecimientos actuaron –y prevén actuaciones- ante un cambio sin precedentes en el turismo. En el escenario actual se presenta una nueva demanda que atender, inéditas actuaciones just-in-time informales, afectaciones patrimoniales, adaptaciones de la oferta y la visibilización de oportunidades de nuevos clientes son alguno de los aspectos abordados.

La Provincia de Misiones posee más de cincuenta establecimientos de alojamiento con una denominación que actúa como etiqueta de mercado. No existen regulaciones oficiales para su habilitación como tal, y en un contexto general con 22.500 plazas de alojamiento clásicas en todo el territorio provincial, el volumen que aportan los lodges en término de plazas (o cuartos) no es significativo. No obstante, estos establecimientos se han ido transformando en un tipo de producto turístico que incluye alojamiento, actividades, recursos naturales y servicios integrales. Este rasgo permite una mejor visibilidad de las “experiencias de selva” como producto turístico de alto valor para esta región. Así, los lodges de selva agregan valor a Misiones en tanto destino turístico de naturaleza, en una etapa de recuperación de los componentes de la economía del turismo.

Las organizaciones estudiadas, algunas son emprendimientos familiares, otras bajo sistemas empresariales, ofrecen información significativa para interpretar adecuadamente la combinación de la experiencia de gestión, llevar adelante un negocio en tiempos de ruptura como el actual y la aplicación de técnicas, que en algunos casos pueden asimilarse como profesionales.

Si la postpandemia presenta desafíos a todos los destinos turísticos, también es evidente que genera posibilidades ciertas y oportunidades para la innovación, y es allí precisamente donde se pueden reconocer técnicas propias de la administración de empresas y negocios.

Marco teórico de referencia

En esta publicación se toman en cuenta autores tales como Thompson y Strickland (2012), Hill y Jones (2009), David (2003), Zacarías Torres Hernández (2014), todos ellos abordan la temática de administración estratégica de negocios. También se toma en consideración a textos clásicos de Porter (2008) con los valorados avances en estrategias competitivas. Además, se suma la visión de Kastika (2020) quién trata el tema de la creatividad en tiempos críticos, atinada reversión de su obra de inicios de este siglo, para abordar el desafío de la recuperación de las empresas ante la pandemia del COVID-19. A fin de sumar enfoques específicamente de la disciplina turística, se recurre a autores argentinos y latinoamericanos tales como Capece (2012), Azeglio, e. a. (2013), Rodolfo Bertoncetto (2009), a fin de contar con marcos conceptuales propios.

Metodología

El trabajo llevado a cabo es de carácter descriptivo y exploratorio, con técnicas de análisis cualitativo (Dieckow, Liliana M.-Lansse, Elvira A., 2014). Se caracterizó al turismo de naturaleza en la Provincia de Misiones y particularmente se llevó a cabo un análisis de los lodges de selva como un producto con atributos diferenciales y potencial de crecimiento. Luego, se realizaron entrevistas a agentes claves del sector en estudio, se tomaron en cuenta fuentes secundarias, tales como informes económicos, turísticos y ambientales.

El abordaje tiene en cuenta por un lado una dimensión territorial, que considera la localización de los lodges, el uso de los recursos naturales y la distribución de estas unidades en el mapa de Misiones. Esta dimensión incluye el análisis de la trayectoria, es decir, de la historia del territorio y su proyección a futuro. Por otro lado, se puso énfasis en una dimensión vinculada a la gestión del negocio, que busca indagar en los establecimientos (lodges) como unidades de producción de servicios y también como agentes del sector turístico y de un subsector en consolidación. Esta dimensión incluye el análisis de la producción y comercialización de los servicios turísticos.

Las fuentes secundarias se conforman de publicaciones especializadas (libros y artículos científicos), documentación de organizaciones no gubernamentales y de gobierno. Por su parte, las fuentes primarias consisten en técnicas de observación directa en los lodges, entrevistas en profundidad a propietarios o encargados de lodges. Se emplearon técnicas de recopilación de información de visitas a los lodges. Se aplicaron métodos de observación directa (participante) y entrevistas a dueños y/o encargados de lodges de la Provincia de Misiones. El tipo de muestreo para las entrevistas teórico, mediante saturación teórica (Taylor, S.; Bogdan, R.; 1992).

El universo de análisis está conformado por los lodges de la provincia de Misiones. A los efectos de obtener información primaria se seleccionaron tres establecimientos de diferentes áreas de la Provincia a fin de cubrir posibles diferencias o particularidades. La elección de cada uno tuvo que ver con una necesidad metodológica de cubrir el arco de variantes posibles. El procedimiento de entrevistas consistió en contactar a los posibles entrevistados en su carácter de dueños y/o gestores, es decir, con decisión y compromiso en las estrategias y tipos de gestión que llevan a cabo. Se diseñó una entrevista modelo para los tres lodges, en la que se incluyeron preguntas tendientes a lograr información primaria respecto de tipo de gestión, percepción del escenario actual y maneras de encarar el corto, mediano y largo plazo. Las entrevistas se llevaron a cabo en noviembre de 2021.

Resultados de entrevistas e información secundaria

Los datos obtenidos de las entrevistas, combinada con información secundaria y las visitas a lodges, permite elaborar aproximaciones a la situación general.

Escenario actual y percepción de la recuperación

Los referentes de los tres establecimientos manifiestan entusiasmo por encarar este tiempo de recuperación post pandemia, considerando ciertos grados de incertidumbre dado que esta situación es inédita. La afectación no fue solamente a mercados o a destinos turísticos, sino a ambos. Se puede observar en las respuestas que varían las apreciaciones en la planeación. Pero en los tres casos analizados, el horizonte más inmediato es el corto plazo, reaccionando a los imperativos del escenario de cambios. Las actuaciones a futuro se detallan sin grandes cambios respecto del tiempo anterior a la pandemia, según se había establecido en sus respectivas planificaciones. Sin embargo, todos han realizado cambios y adaptaciones en virtud de la aparición de nuevos segmentos.

La estructura organizacional de los lodges

Las organizaciones familiares son también disímiles. Pero la tendencia en sus apreciaciones es que los propietarios y dueños de los establecimientos que forman parte de la familia propietaria, tienden a gestionar su lodge a través de gerenciamientos. Si bien las familias están involucradas, queda de manifiesto que tienden a retirarse del día a día una vez que han logrado la dirección adecuada, el funcionamiento buscado. Luego permanecen en un sitio de seguimiento, control, búsqueda de contactos. Se detectan palabras claves como autonomía, concepto adecuado, dirección adecuada.

El lodge en el destino

En todos los casos, se manifiesta la buena disposición para trabajar en conjunto con otros prestadores de la zona, indicando actitudes de colaboración, participación en reuniones y encuentros. De manera no casual, no se indaga acerca de la relación con el Estado municipal o entidad gubernamental, pero en todas las respuestas aparece un vínculo que se presenta como importante. Ahora bien, también predomina la falta de acciones concretas de trabajo asociado o conjunto en pos de acciones de promoción o búsqueda de información de mercados. Las excepciones se observan en situaciones de overbooking (sobreventa), de falta de insumos, de necesidades de ayuda al vecino o al par, entre otras. Se manifiesta que en momentos anteriores existieron estrategias de promoción y desarrollo que plantearon estrategias de producto. Aquellas estrategias estuvieron muy ligadas a proyectos gubernamentales, que, al desaparecer, generaron vacíos de acciones. Las dificultades propias de poseer y administrar un lodge en territorios alejados de centros urbanos, ha generado acciones individuales de instalación gradual de servicios propios. En los tres casos, se han ido resolviendo –aún con faltantes- la provisión de energía, agua y comunicaciones. Se manifiesta que esta condición de soluciones individuales, sin asistencia del Estado, impacta en los costos operativos. Pero al mismo tiempo obliga a asegurar el cumplimiento de acciones de ahorro y previsión por parte de los planteles de personal respectivos.

Demanda de los lodges

En este tema, los referentes de los tres establecimientos manifestaron que el mercado misionero (residentes) irrumpió en sus previsiones, positivamente. Solo en un caso, dada su extrema especialización (observación de aves y naturaleza), no significó un target voluminoso o en todo caso rentable en tiempos de inactividad general. El residente misionero que visitó los lodges cambió inclusive instalaciones, debido a que sus motivaciones corrieron el foco del producto hacia los servicios de esparcimiento y diversión en la naturaleza. Al mismo tiempo se observa que la gran variación en la demanda real durante la pandemia y la etapa de salida, genera expectativas por las posibilidades que podría tener un establecimiento del tipo lodge. La aparición en escena

de un tipo de público amplio, coloca al huésped de nicho en un sitio efectivamente atractivo –y buscado- pero con tiempos diferentes para su recuperación. Las reacciones de los tres establecimientos fue ajustar tarifas al mercado misionero y reducir y adaptar servicios. En todos los casos, se aspira a captar extranjeros, mejorar el share de nicho ante la mayor participación de Familias nacionales entre sus clientes.

Aspectos del rubro

Las apreciaciones de los lodges es que la incertidumbre afecta seriamente su desempeño. Esto tiene que ver con la inflación, el tipo de cambio oficial e informal, así como la falta de una promoción adecuada, a la altura de un producto que necesita asistencia en promoción turística. También se destaca la necesidad de articulación privado-privado entre prestadores del producto lodges, a fin de generar acciones efectivas. Se manifiesta el valor del entorno natural en Misiones como uno de los atributos mejor valorados por los huéspedes, sean estos de nicho o generalistas. En ese sentido, las posibles acciones implican fortalecer el producto lodges de selva en todas sus variantes en Misiones.

Ilustración N° 1: Aspectos particulares de lodges

	Lodge especialista de gestión familiar Limitantes: a) Dificultades en administración del negocio (escasos recursos y tiempo de operación), b) Problemas de servicios de comunicaciones y energía debido a la ubicación. Ventajas: a) Concepto y entorno adecuado a mercados en alza, b) Lodge pequeño (4 hab.) y única unidad de negocios de la familia.
	Lodge generalista de gestión familiar Limitantes: a) Inexperiencia en nuevos mercados producto de la pandemia, b) Débil relación con otros prestadores del destino. Ventajas: a) Experiencia pionera de parte de la familia, b) conocimiento de los mercados de nicho, c) Buen equipo de trabajo.
	Lodge generalista de gestión empresarial Limitantes: a) dificultades para conseguir personal calificado de la zona, b) capacidad de alojamiento limitada para crecer. Ventajas: a) Ubicación y entorno de alta calidad, b) Gestión profesional individual y con empresa de servicios especializada, b) Disponibilidad de recursos para resolver problemas de energía, comunicaciones y transporte.

Fuente: elaboración propia.

La ilustración N° 1 expone una síntesis de la información obtenida a través de las entrevistas. Como se observa, el valor del entorno aparece como un factor de diferenciación muy importante, pero el hecho de estar ubicados en sitios agrestes y de naturaleza prístina, puede ser una fuerte limitación en los servicios públicos necesarios para operar el negocio. En el caso de la calidad de servicios, se observa que los gestores y dueños están atentos a las expectativas y niveles de satisfacción de sus huéspedes, en algún caso con mejores técnicas de registración. Este rasgo de gestión indica una valoración importante de la información proveniente de la demanda tanto la inmediata como la aspiracional.

Los dueños y gestores entrevistados son plenamente conscientes de la especialización del producto Lodges. Asumen ocupar un segmento de la oferta turística de la Provincia, que implica “actuar solos”, “estar atentos a los mercados especiales”, según sus palabras. Es posible detectar, a través de sus expresiones, rasgos de liderazgo en el desarrollo que tuvo su negocio, en especial los familiares.

Los tipos de gestión de un mismo producto turístico

Se destacan algunos aspectos de gestión en Misiones que se han observado en el marco de este trabajo. En esta línea, se analiza el devenir del alojamiento del tipo lodge, en un producto turístico de naturaleza¹.

Algunos lodges de Misiones ponen en foco especialmente la temática de la conservación del entorno natural. Aquí más que nunca “un lodge no es un lodge”². La referencia pretende indicar que lo que se ofrece al huésped es el ambiente de selva y no el alojamiento en sí mismo. Las instalaciones poseen las clásicas unidades funcionales como por ejemplo la recepción, pero no se utiliza como tal dado que los pasajeros no son tratados como huéspedes comunes sino como visitantes calificados. Una referencia en este caso es La Lorenza³, cercano a Puerto Iguazú, así como también Yacutinga Lodge en Andresito, Awasi Iguazú, Posada Puerto Bemberg⁴ o Surucúa Lodge⁵. En estos casos, la participación de segmentos de nicho es mayor.

Una de las concepciones de la cultura organizacional de este tipo de lodges es la premisa de que el pasajero o huésped no debería permanecer mucho tiempo en la habitación o cabaña. Así, se invita al huésped a disfrutar del entorno natural. Inclusive hay lodges que no poseen televisión, ni video, y es más tampoco tienen aparatos de ventilación o climatizadores de aire frío/calor. O como en el caso de algunos de los entrevistados, existe wi-fi de buena calidad en todo el predio excepto en las cabañas. Otros establecimientos destacan el confort de sus instalaciones. Se pone el acento en un acercamiento de huéspedes a una vida en la naturaleza con todo tipo de servicios que incluyen excursiones, actividades recreativas, de educación ambiental, y no descartan elementos de confort como climatizadores y televisores, computadoras. En la misma línea, se pueden incluir aquellos establecimientos en los que el placer, la diversión son el atributo destacado ante los mercados. En este caso el foco está puesto en el placer de los huéspedes en un ambiente agreste o al aire libre. De esta manera, la cuestión ambiental aparece solamente en las tecnologías de construcción, en los sistemas de tratamiento de aguas y energías, o en las actividades de contacto “experiencial” con la selva, pero el compromiso de conservación está puesto en un lugar complementario. La relevancia de un producto turístico como el que aquí se describe es precisamente la variedad en función no solamente de los ambientes donde se ubica cada uno de los lodges, que básicamente son de selva, sino también la variación de lo que oferta de servicios, de su estilo de construcción y específicamente del concepto de oferta. Algunos ejemplos de este segmento pueden ser Yacaratiá Lodge⁶ en El Soberbio e Iguazú Jungle Lodge⁷ en Puerto Iguazú. Iguazú puede estar determinado por la gran afluencia de turistas y es probable que esta demanda “empuje” a la consolidación de un tipo de lodges con mayor amplitud de públicos. En este esquema de oferta otros emprendedores pueden ver oportunidades de mercado en segmentos menos voluminosos, pero con oportunidades que permite la pequeña escala, esto es la adaptación rápida a situaciones cambiante.

¹ “Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital”. (OMT, Definiciones de Turismo; 2019, pg.19).

² Ceballos Lascurain, H. cit. en el Plan de Negocios del Ecolodge & Reserva Cabure-í. CFI 2004.

³ <https://www.lalorenzaiguazu.com/> Noviembre 2021.

⁴ <https://puertobemberg.com/> Noviembre 2021.

⁵ <http://www.surucua.com/index.php/es/> Noviembre 2021.

⁶ <https://www.yacaratia.com/> noviembre 2021.

⁷ <https://www.iguazujunglelodge.com/> noviembre 2021.

Conclusiones

Un aspecto revelado en el estudio, indica que el entorno natural coexiste con el mismo valor que el conjunto de los servicios del alojamiento en la selva. Asimismo, se logró evidenciar la presunción de que cada lodge desarrolla estrategias propias, combinadas con estandarizaciones de sitios selváticos con similar modelo de negocios. No obstante, a lo largo de las entrevistas que se realizaron a dueños de lodges, se expone que la acción en soledad o el esfuerzo aislado de un establecimiento, afecta el desarrollo del proyecto. Se pudo constatar el valor positivo que revisten las certificaciones, y también las ayudas gubernamentales a este tipo de productos que son innovadores, que asumen desafíos o que los encararan decididamente con inteligencia e ímpetu.

En tiempos de pandemia, las probabilidades de supervivencia de los lodges era tan incierta como cualquiera de los establecimientos de alojamiento. Pero los efectos más importantes -y duraderos- se sintieron en aquellos lodges muy especializados en turistas extranjeros.

A inicios de 2000 la Provincia de Misiones se presentó como una plaza de inversiones en servicios turísticos de naturaleza, y los lodges de selva que le fueron agregando valor al destino. Actualmente, con desafíos por venir, y un escenario de recuperación gradual, se cuenta con estructuras organizativas más maduras, con know how ganado, mercados ávidos de naturaleza, la oportunidad de mejorar el posicionamiento de lodges de selva es ciertamente posible.

Referencias bibliográficas

- Azeglio, Armando – Barreto, Ariel – Zanchetti, Walter (2013) Yield Management en Hotelería. Estrategias para la gestión en las pymes de alojamiento turístico. Buenos Aires. Ediciones turísticas.
- Boullon, R. (2000) Ecoturismo-Sistemas naturales y urbanos. Buenos Aires: Ed. Librerías y Distribuidoras Turísticas.
- Camusso, Marcelo – Casanova Ferro, Gonzalo (Coordinadores) (2015) Gestión pública del turismo. Fundación Universidad Católica Argentina. Buenos Aires.
- Capece, Gustavo (2012) Turismo: gestión de la complejidad. Fundación Proturismo. Buenos Aires.
- Ceballos Lascurain, Héctor (1998) Ecoturismo: Naturaleza y Desarrollo Sostenible. Ed. Diana pp.185. México.
- David F. R. (2003) Conceptos de Administración Estratégica. Novena edición. Ed. Pearson Educación. México. Pp. 368
- Dieckow Liliana - Lansse, Elvira (2014) El turismo y la investigación, 1º Edición EDUNaM. Posadas.
- Dieckow Liliana - Lansse, Elvira (2019) (Compiladoras). El turismo en Misiones. Una primera aproximación al tema de lo interdisciplinario. Departamento de Turismo. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNaM, Posadas.
- Hill, Charles W.L. y Gareth R. Jones (2009). Administración Estratégica. Octava edición. Ed. McGraw-Hill. México. Pp 798.
- IFC (2004). International Finance Corporation (World Bank Group) Ecolodges: Exploring opportunities for sustainable business.
- Mehta, H., Báez, A., O'Loughlin (Editores) (2002) International Ecolodges Guidelines. The International Ecotourism Society, Vermont, USA

Schlüter, Regina G. (2006) Turismo y Patrimonio Gastronómico. Una perspectiva. CIET.

Thompson, Arthur A., Peteraf, Margaret A., Gamble, John E. y Strickland III, A.J. (2012) Administración Estratégica. (18° Edición) McGraw-Hill. México.

Zacarías Torres Hernández (2014). Administración estratégica. Primera Edición Ebook. Grupo Editorial Patria, México.

Eje temático 3: Turismo, Organizaciones y Servicios

LA FRANQUICIA COMO MODELO DE NEGOCIO. ESTUDIO DE UN CASO EXITOSO: BABEL VIAJES EVyT

María Joselina Caruso - mjcaruso@uns.edu.ar

Ariadna Tanana- ariadna.tanana@uns.edu.ar

Departamento de Geografía y Turismo - UNS

Sofía Calvano- calvanosofia@gmail.com

Palabras clave: Agencias de viaje- Modelo de negocio- Franquicia- Babel Viajes EVyT- Argentina.

Introducción

Una de las consecuencias del proceso de globalización es el aumento de la competitividad en los mercados de bienes y servicios, capitales y mano de obra. Por ello, las empresas se enfrentan al desafío de aumentar significativamente la estabilidad de sus operaciones. No obstante, no todas alcanzan este objetivo por lo que deben implementar medidas efectivas para garantizar el flujo de recursos internos y adaptar su oferta al entorno dinámico en el que operan (Sayabaev et al., 2016). Las pequeñas y medianas empresas optan por ingresar al mercado bajo un modelo de participación conjunta o, por la asociación con una empresa matriz creadora de un producto o servicio para reducir el impacto de los factores de riesgo. En este contexto, la franquicia es un modelo de negocio y una estrategia de expansión comercial con acelerado crecimiento que contribuye al fortalecimiento de las economías regionales y nacionales. Autores como Hsieh, Nguyen, Wang y Lee (2020), sostienen que no existe otro enfoque de negocio que iguale las oportunidades y beneficios que ofrece la franquicia. Entre estos, se pueden mencionar la conversión de la estructura de costos en economías de escala, el alcance de una zona de exclusividad, el acceso a mayores recursos y el posicionamiento de la marca, entre otros (Anzola Navas, 2016).

Diversas empresas lograron ampliarse y convertirse en grandes cadenas comerciales a partir de la implementación de la franquicia. Se destacan a nivel mundial los rubros de comida rápida, venta minorista de alimentos y bebidas y hotelería; siendo Estados Unidos el país líder de las casas matrices. Entre las principales marcas se encuentran Kentucky Fried Chicken, Mc Donald's, Pizza Hut, Burger King, 7 eleven, Marriott International, Hilton Hoteles & Resorts, Wall-Mart (Franchise Direct, 2022). Para la actividad turística, las empresas de alojamiento hotelero son los casos más exitosos en la implementación del modelo. Sin embargo, Blancas-Peral, Contreras y Ramírez-Hurtado (2012) y Ramírez-Hurtado y Contreras (2016) también afirman que las agencias de viaje representan un subsector significativo para las franquicias en el ámbito mundial. Al respecto, Puciato, Loś y Mrozowicz (2013) especifican que los tour operadores son los que más se apoyan en este modelo ya que su objetivo es ampliar la red de distribución de sus productos sin realizar una inversión directa. Esto permite inferir que las agencias minoristas están relativamente menos orientadas a aplicar el modelo de franquicia.

Los mencionados autores señalan la importancia de estudiar a las agencias de viaje debido al dinamismo que las caracteriza. Sumado a ello, el interés de estas investigaciones aumenta debido a la incertidumbre sobre la recuperación de la actividad turística luego de la pandemia por el Covid-19. Por último, la escasez de contribuciones científicas a

distintas escalas espaciales de análisis sobre estas empresas motiva la realización de estudios aplicados. En particular, el abordaje empírico-conceptual de este modelo de negocio en la Argentina es escaso, aunque la empresa Lozada Viajes ha sido objeto de estudio de diversas investigaciones de grado (Bianchin Mazzer, 2019; Fermi, 2019; Zanini, 2019; Ponssa, 2020; Juan, 2021).

En virtud de lo expuesto, el presente trabajo se propone analizar el modelo de negocio de franquicia implementado por la empresa Babel Viajes EVyT. Para ello se plantean los siguientes objetivos específicos: i) caracterizar la evolución espaciotemporal del modelo de franquicia de la agencia; ii) analizar las experiencias de los franquiciados de las diferentes regiones turísticas; iii) comparar dichas experiencias y determinar las ventajas y dificultades que el modelo presenta.

Marco teórico de referencia

El modelo de franquicia se basa en un sistema de relaciones entre dos partes: el franquiciador y el franquiciado, que rige la organización del negocio para satisfacer sus intereses (Puciato et al., 2013; Sayabaev et al., 2016). La vinculación entre las mismas se concreta formalmente mediante un contrato que compromete al franquiciado a pagar al franquiciador un derecho de entrada o un determinado porcentaje de las ventas netas (regalías) (Agudelo Monsalve y Chung Park, 2010; Valdés Navarrete, 2010). No obstante, este acuerdo no implica la fusión de las empresas ya que a nivel legal son independientes (Czakov, 2012). En esta relación comercial es necesaria la cooperación continuada entre los socios en todos los aspectos relativos al negocio. La empresa matriz (franquiciador) tiene por objetivo difundir su unidad de negocio, expandir el conocimiento de su marca y aumentar la rentabilidad. Por su parte, el franquiciado es un empresario con intención de iniciar rápidamente un negocio con bajo capital intensivo dentro de una empresa ya posicionada; utilizando su marca, tecnología, métodos de producción y/o acuerdos de comercialización, entre otros (Czakov, 2012; Puciato et al., 2013). El respaldo que este modelo ofrece en términos de recursos administrativos, legales, financieros, humanos, marca y *know-how* lo han constituido como uno de los más importantes en el mercado.

De acuerdo con la clasificación presentada en Puciato et al. (2013), las franquicias se agrupan en función del (i) tipo de actividad empresarial, (ii) el tipo de *know-how* y (iii) el método de organización del sistema. Teniendo en cuenta el tipo de actividad empresarial, se distinguen las franquicias de distribución, servicio, fabricación y mixta. Con respecto al segundo criterio, los autores diferencian la franquicia de distribución de productos y la de formato de negocio. Por último, el tercer criterio contempla el método de organización directo, indirecto, de una unidad, de múltiples unidades, mini franquicias y, de entrada.

En el sector turístico, las franquicias resultan un modelo de negocio particularmente útil. Esto se debe a la posibilidad de operar bajo marcas posicionadas, lo cual implica la reducción de costos transaccionales y menor riesgo en la elección de consumo por parte de la demanda. Ello tiene relación con la estacionalidad, capacidad de perecer y sensibilidad de los servicios turísticos a los cambios del entorno; así como también a la variabilidad de la demanda. A ello se suma, la asimetría de la información que impacta en la relación entre la oferta y los consumidores, pues estos últimos no desean asumir el costo de buscar información sobre productos desconocidos (Lin, Lin y Ryan, 2014). Otro aspecto que pone en valor el uso de la franquicia es el llamado *positive network effect* que refiere a la fidelidad del cliente hacia una marca. Para las empresas turísticas esto representa una reducción de costos de captación de nuevos clientes y amplía las barreras

de ingreso al mercado por otros operadores, principalmente en estructuras del tipo competencia monopolística (Puciato et al., 2013).

En el contexto de la pandemia han surgido preocupaciones e interrogantes sobre el devenir de las empresas en determinados sectores económicos. Al respecto, Hsieh et al. (2020) proponen que las franquicias se deben orientar a la implementación de la gestión del conocimiento para fomentar su aceleración transformacional que permita alcanzar la estabilidad posterior a esta crisis. En este sentido, la casa central debe incorporar mecanismos explícitos de transferencia de conocimiento para mejorar la coherencia y estandarización del servicio; mientras que los franquiciados deben adaptarse a la cultura empresarial y valores corporativos del franquiciador. La innovación y las estrategias de mercadeo siempre representan para las empresas aspectos a considerar ante eventos críticos y disruptivos.

Metodología

El enfoque de la presente investigación es cualitativo debido a que no se parte de una teoría o procedimiento estandarizado, sino que se construye simultáneamente con el conocimiento del objeto de estudio (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2006). El alcance es exploratorio ya que se trata de un tema poco abordado en la literatura especializada. Además, es una investigación descriptiva puesto que caracteriza el conjunto de atributos inherentes a la franquicia como modelo de negocio y en particular al implementado por Babel Viajes.

El proceso de investigación se apoya en fuentes de información secundarias, entre las que se encuentran libros, artículos científicos, informes técnicos e información en línea. Asimismo, el estudio de caso se aborda a partir de datos primarios recolectados a través de entrevistas semiestructuradas a seis informantes clave realizadas de forma presencial y virtual. Uno de ellos es el fundador de la agencia y del sistema de franquicia (Diego Maumus) quien es entrevistado en dos oportunidades para conocer la historia y evolución de la marca. Los cinco restantes son encargados de las franquicias de Mendoza, 25 de Mayo, Villa Carlos Paz, Puerto Madryn y Santiago del Estero, selección que se basó en su disponibilidad para concertar las entrevistas y obtener al menos un testimonio por región turística. La única sin representatividad es Litoral ya que no cuenta con franquicias activas.

Las entrevistas se transcriben para analizar su contenido. Por un lado, se construye el discurso del franquiciador con respecto a las características de su franquicia y al proceso de evolución de la empresa. Por otro, a través de los testimonios de los diferentes franquiciados, se identifican variables de interés para comparar sus experiencias, así como también conocer los motivos que los condujeron a comenzar su negocio en el sector turístico, cómo lo implementaron y qué efectos tuvo la pandemia en el devenir de sus empresas.

Resultados y conclusiones

Babel Viajes comenzó en 2009 como una agencia de turismo minorista en Coronel Pringles, una pequeña localidad del Sudoeste bonaerense. Su fundador, Diego Maumus, eligió este lugar por sobre otros debido a sus vínculos familiares. La firma inició su actividad bajo un modelo de negocio tradicional basado en la comercialización de viajes nacionales grupales en ómnibus, cuyo segmento-meta fueron los adultos (50-60 años) de clase media de la localidad y la región. Sin embargo, dos años más tarde la empresa migró hacia un modelo de franquicia. Ello se atribuye a la oportunidad detectada por el fundador ante la ausencia de esta forma de hacer negocios en el sector turístico argentino y su aparente éxito logrado en el exterior.

La franquicia de Babel comienza a desarrollarse en 2011 en Lugano (Buenos Aires) para luego a expandirse a diferentes regiones turísticas del país. El principal obstáculo para el despegue de la empresa fue la insuficiente experticia con respecto al modo de implementación. Asimismo, la presencia de Lozada Viajes en el mercado representaba un competidor directo y consolidado para Babel. No obstante, logró posicionarse como una marca reconocida que nuclea a empresarios independientes bajo los siguientes valores corporativos: identidad-marca, estandarización de los procesos de atención y compromiso de soporte con los franquiciados. Actualmente, la empresa cuenta con veintiséis franquicias activas en diferentes ciudades del país, siendo la provincia de Buenos Aires la que concentra el mayor número de filiales.

El esfuerzo y constancia del fundador durante una década, junto con el resultado de las estrategias de marketing digital aplicadas y la asociación con entidades como la Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF) y el Grupo Gea Argentina, favorecieron la expansión espaciotemporal de Babel Viajes. En este sentido, el testimonio de Maumus permite identificar tres grandes etapas: 1) inicios de la agencia bajo un modelo de negocio independiente (2009-2010), 2) implementación de la franquicia como modelo de negocio (2011-2014) y 3) consolidación de la franquicia Babel en el mercado turístico argentino (2015-2022). En esta última se produce el cambio de la localización de la casa central a Villa Carlos Paz debido a la desvinculación del fundador de la empresa como consecuencia de la crisis sanitaria.

En relación con las perspectivas de los franquiciados, es interesante destacar que la mayoría de los casos encontró en el turismo una oportunidad para hacer negocios, sin contar con formación específica y/o experiencia laboral en la actividad. En este sentido, los entrevistados manifestaron que llevar a cabo un proyecto autónomo e independiente fue su objetivo principal. Los principales atributos valorados para la elección de la franquicia de Babel fueron la trayectoria, imagen corporativa, la seguridad brindada por la empresa y la libertad para relacionarse con los operadores. La puesta en marcha de las franquicias implicó un período entre seis y doce meses dependiendo de la localidad y la celeridad de los procesos administrativos en cada una. Esto evidencia una suerte de relación con las ventajas teóricas que el modelo posee para el empresario independiente, según la bibliografía consultada. Asimismo, se concluye que la franquicia de Babel presenta, en general, un adecuado funcionamiento para las partes, aunque se advierte una fuerte debilidad para controlar el pago de las comisiones por parte de las franquicias.

Referencias bibliográficas

Agudelo Monsalve, A. y Chung Park, S. (2010). *Estado actual de las franquicias en el sector servicios en Colombia y sus perspectivas de desarrollo*. [Tesis de grado, Escuela de Ingeniería de Antioquia]. Recuperado de https://repository.eia.edu.co/bitstream/handle/11190/1560/AgudeloAndrea_2010_EstadoActualFranquicias.pdf;sequence=7.

Anzola Navas, M.L. (2016). Breve historia de las franquicias, ventajas y desventajas del modelo de negocios. *Revista Ploutos*, 4(1), 4-9. Recuperado de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1369>.

Bianchin Mazzer, M. (2019). *Planificación estratégica en omnicanalidad para la red de franquicias Lozada Viajes*. [Tesis de grado, Universidad Siglo 21]. Recuperado de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/18911>.

Blancas-Peral, F. J., Contreras, I., y Ramírez-Hurtado, J.M. (2012). Choosing a travel agency franchise by mean of a global composite indicator: an application in Spain.

Journal of Business Economics and Management, 15(1), 153-173.
<https://doi.org/10.3846/16111699.2012.689259>.

Czakon, W. (2012). Business format franchise in regional tourism development. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(1), 107-117.
<https://doi.org/10.1080/13032917.2011.653635>.

Fermi, M. (2019). *Gestión de franquicias Lozada Viajes*. [Tesis de grado, Universidad Siglo 21]. Recuperado de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/18015/FERMI%20MAXIMO.pdf?sequence=1>.

Franchise Direct. (08 de marzo de 2022). *Top 100 Franchises 2022*.
<https://www.franchisedirect.com/top-100-franchises-2022>.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hsieh, H-C., Nguyen, X., Wang, T-C., Lee, J-Y. (2020). Prediction of knowledge management for success of franchise hospitality in a post-pandemic economy. *Sustainability*, 12(20), 8755-8782. <https://doi.org/10.3390/su12208755>.

Juan, C.A. (2021). *Planificación estratégica para Lozada Viajes*. [Tesis de grado, Universidad Siglo 21]. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/19411>.

Lin, Y.H., Lin, F.J., y Ryan, C. (2014). Tourist's purchase intentions: impact of franchise brand awareness. *The Service Industries Journal*, 34(9-10), 811-827.
<https://doi.org/10.1080/02642069.2014.905919>.

Ponssa, F. (2020). *Diseño de cuadro integral para la modalidad de franquicias de Lozada Viajes*. [Tesis de grado, Universidad Siglo 21]. Recuperado de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/21806>.

Puciato, D., Loś, A. y Mrozowicz, K. (2013). Franchising as a way of reducing moral hazard in the tourism market. *Argumenta Oeconomica*, 30(1), 127-147.

Ramírez-Hurtado, J.M., y Contreras, I. (2016). Efficiency of travel agency franchises: a study in Spain. *Service Business*, 11, 717-739. <https://doi.org/10.1007/s11628-016-0326-1>.

Sayabaev, K., Nurgaliyeva, Z., Temirova, A., Kasenova, A., Dzhamburbaeva, M., Zhangirova, R., Sadvokasova, K., Kemel, M., Kodasheva, G., Shamuratova, N. y Zhansagimova, A. (2016). Finance, franchise and their impact on tourism. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(3), 229-241. Recuperado de <https://www.icommercecentral.com/open-access/finance-franchise-and-their-impact-on-tourism.pdf>.

Valdés Navarrete, V. (2010). La franquicia, estrategia competitiva de desarrollo empresarial. *Libre Empresa*, (7)1, 23-33. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6586865>.

Zanini, M. (2019). *El viaje que usted puede soñar Lozada Viajes lo puede crear*. [Trabajo final, Universidad Siglo 21]. Recuperado de https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/18642/ZANINI_Mariana_TFG%20-%20Mariana%20Zanini.pdf.

Eje temático 3: Turismo, Organizaciones y Servicios

LA DEMANDA TURÍSTICA DE LAS GRUTAS. UN DESTINO DE SOL Y PLAYA EN CRECIMIENTO

Ariadna Tanana- ariadna.tanana@uns.edu.ar

María Joselina Caruso - mjcaruso@uns.edu.ar

Departamento de Geografía y Turismo – UNS

Constanza Sinconi- constanzasinconi@gmail.com

Palabras clave: Destino de sol y playa- Demanda turística- Perfil del turista- Segmentación post hoc- Las Grutas.

Introducción

El mercado turístico se presenta en la actualidad como un espacio de producción flexible cuya capacidad de adaptación se orienta hacia la diferenciación y segmentación de una demanda turística comparativamente más diversa y exigente que la del siglo pasado (Machado Chaviano y Hernández Aro, 2008; Fraiz Brea, 2015). En este sentido, su evolución se evidencia tanto en la cuantificación de los flujos turísticos como en los cambios cualitativos con respecto a sus características psicográficas y de consumo. Así, desde el punto de vista de la oferta, es necesario abandonar la lógica fordista y generar productos que favorezcan una experiencia turística de calidad para el visitante. Sin embargo, se debe considerar que el turista posmoderno convive con otros perfiles que responden, en distinta medida, a las características del turista de masas. Esto implica para los destinos reconocer cuál es el grupo de demanda al que responden y, en efecto, determinar si realmente constituye su segmento-meta (Noguera Tur, Ferrandis Martínez y Madrid Liñeiro, 2015). En función de lo expuesto, los estudios de demanda continúan siendo relevantes en el campo del Turismo, en tanto brindan información estratégica para los tomadores de decisión de los destinos.

Los centros turísticos de sol y playa, a pesar de estar vinculados con el turismo de masas, no están exentos a los procesos de cambio. Por ello, tanto los destinos en crecimiento como los maduros (con necesidad de reconversión), pueden encontrar en la segmentación del mercado una herramienta eficaz para mejorar la planificación en temporada estival y fuera de ella. Además, la misma contribuye al diseño de productos turísticos y de estrategias de comunicación, así como a nuevas inversiones en el sector y a la elaboración de políticas turísticas tendientes al desarrollo de los destinos (Song y Li, 2008).

Este trabajo toma como unidad de análisis a Las Grutas, un destino litoral cuya principal actividad económica es el turismo. Desde su creación en 1960 a la actualidad ha experimentado un crecimiento sostenido posicionándose como el principal balneario de la provincia de Río Negro y segundo destino turístico luego de San Carlos de Bariloche. Las Grutas es un centro de estadia con marcada estacionalidad, es decir que la mayor afluencia turística se registra durante la temporada estival. En este sentido, la disponibilidad de información para la gestión es fundamental, pero se advierte que desde el municipio solo se relevan datos sobre el total de turistas que arriban, las plazas disponibles, la procedencia, el tipo de grupo y la modalidad de alojamiento elegida por los turistas. Sin embargo, estos no son suficientes para analizar profusamente la demanda efectiva, ni para segmentar el mercado. Por ello, el objetivo de esta investigación es determinar los conglomerados de demanda con base en sus caracteres sociodemográficos, socioeconómicos y variables relacionadas con el viaje.

Marco teórico de referencia

Desde el punto de vista económico, la demanda se define como el conjunto de sujetos con necesidades y/o deseos de adquirir un bien o servicio y los recursos para satisfacerlos (Pindyck y Rubinfeld, 2009). En este sentido, en el campo del Turismo, la OMT (2011) diferencia dos grupos de demanda: efectiva y latente. La primera, es un grupo de fácil medición que se constituye por el flujo de personas que participan de la actividad turística ya que cuentan con los recursos y voluntad para hacerlo. La segunda, está compuesta por el conjunto de personas que no posee los medios para realizar consumos turísticos.

En relación con lo mencionado, el consumo no se reduce al desplazamiento desde un punto de origen a uno de destino, sino que comprende la necesidad de las personas de acercarse a realidades diferentes. Ello refleja una actitud social de elección en un determinado mercado (Guzmán Hernández, Garduño Mendoza y Zizumbo Villareal, 2009; Tanana, Caruso y Rodríguez, 2021). En este sentido, los estudios de demanda turística buscan conocer los patrones de consumo de servicios relacionados directa e indirectamente con el turismo. Esta mirada permite ampliar el análisis sobre las decisiones y acciones del turista, en lugar de centrarse exclusivamente en los motivos de elección del destino.

De acuerdo con la heterogeneidad que caracteriza al mercado, la segmentación permite orientar las decisiones y contribuir en la asignación eficiente de los recursos (Carballo Meiriño et al., 2016). La misma es una técnica cuantitativa para identificar en el mercado potencial subgrupos de consumidores que comparten determinadas necesidades, gustos e intereses. Su finalidad es focalizar las estrategias y acciones del marketing turístico en un conglomerado específico, conforme a los objetivos de la planificación (Munuera y Rodríguez, 2015). Los enfoques para segmentar el mercado son *a priori* y *a posteriori* o *post hoc*, este último se emplea cuando se desconocen inicialmente el número de segmentos de mercado y el tamaño relativo de cada uno. Consiste en clasificar a los individuos de acuerdo con la similitud que poseen con respecto a un grupo de variables.

Metodología

La investigación posee un enfoque cuantitativo ya que se vale de la recolección de datos para la prueba de hipótesis con base en un análisis estadístico. De acuerdo con los objetivos planteados, su alcance es exploratorio ya que no se advierten estudios de segmentación de la demanda del destino, así como tampoco una caracterización de la misma. Además, es descriptivo en tanto se determinan los rasgos distintivos de la demanda y el perfil del turista. Por último, es un estudio correlacional en la medida que se identifican relaciones entre sus características (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014).

Las fuentes de información utilizadas son primarias. La recolección de los datos empíricos se basa en el trabajo de campo realizado en el destino durante la temporada estival 2017-2018 (diciembre-febrero). Para ello se diseñan y aplican cuestionarios estructurados que relevan información con respecto a variables sociodemográficas (edad, género, procedencia, conformación del grupo y número de integrantes por grupo), socioeconómicas (nivel de educación, ocupación, medio de transporte utilizado y medios de información consultados para la reserva) y relacionadas con el viaje (estadía, motivación, tipo de alojamiento, medio de reserva de los servicios turísticos, gasto per cápita, actividades realizadas y nivel de satisfacción con los servicios y el destino). Se realiza un muestreo aleatorio simple cuyo tamaño muestral se determina en $n=474$ turistas a partir de un universo de 436.214, según la información de la temporada anterior. El

nivel de confianza es del 95 % con un error muestral estadístico de 4,5 %. El análisis de los datos se realiza mediante estadística descriptiva, utilizando la media aritmética, la moda, valores máximos y mínimos y el desvío estándar.

Con respecto a la segmentación, se opta por el método *post hoc* ya que se desconocen los grupos existentes en el conjunto de la demanda efectiva y es el enfoque predominante en los destinos de sol y playa (Silva Añaña, dos Anjos y de Lima Pereira, 2017). Se trata de un proceso inductivo que parte de los datos obtenidos en campo, de modo que la pertenencia de los individuos a un grupo u otro se plantea en términos probabilísticos (Rodríguez González y Molina Molina, 2007). Para ello se utiliza el programa XLSTAT 2019, empleando la técnica de análisis de conglomerados con el método jerárquico de Ward. El mismo maximiza el grado de similitud al interior de los grupos conformados y las diferencias entre los mismos (Winzer y Camina, 2004). Las variables consideradas son: procedencia, rango etario, número de integrantes por grupo, composición del grupo, ocupación, medio de transporte utilizado, modalidad de alojamiento y estadía; las cuales son previamente estandarizadas. El dendrograma resultante sugiere que el número óptimo de conglomerados es cinco con una varianza interclúster de 3,03, lo cual indica heterogeneidad entre los grupos constituidos.

Resultados y conclusiones

A partir del análisis de la información relevada a través de las encuestas, se define el perfil del turista de Las Grutas. Al respecto, las familias representan el principal grupo de demanda, constituidas en promedio por cuatro integrantes. En su mayoría, se trata de adultos jóvenes (19 a 29 años) y adultos (30 a 44 años) que han finalizado el ciclo educativo obligatorio, así como también demuestran estudios terciarios y/o universitarios. Los mismos proceden fundamentalmente de la provincia de Río Negro y, en particular, de la región del Alto Valle. El descanso junto con el mar y la playa son los principales motivos por los cuales la demanda elige el destino. La estadía promedia los 7,5 días y la modalidad de alojamiento preferida son los departamentos o casas de alquiler. En relación con el gasto total medio por grupo, el mismo asciende a \$ 45.090. A fin de actualizar este valor en función de la inflación acumulada en los últimos cuatro años, el gasto en términos nominales al 2021 equivale a \$68.040.

Por otro lado, mediante la aplicación de la técnica de segmentación se logran determinar cinco segmentos para el mercado turístico de Las Grutas: a) Familias adultas con estadía prolongada; b) Familias jóvenes de corta estadía; c) Amigos jóvenes y estudiantes; d) Parejas jóvenes e independientes y e) Parejas maduras y tradicionales. Los cinco segmentos difieren en su tamaño, el primero representa al 35 % de la muestra, seguido por el segmento b con el 26 % y el c con el 20 %. Los dos conglomerados restantes son más pequeños, representando el 12 % (d) y 7 % (e).

Los integrantes del segmento Familias adultas con estadía prolongada (a) se desempeñan como empleados (35 %) y profesionales (31 %) que proceden en su mayoría de la región turística Patagonia (35 %). Las mismas optan por alojarse en departamentos o casa de alquiler (84 %) y, en menor medida, en una vivienda propia (13 %); además la estadía promedia los 7 días. Con respecto al segmento b, (Familias jóvenes de corta estadía) sus miembros también proceden de la Patagonia (85 %) y se alojan en viviendas de alquiler (88 %), permaneciendo en el destino entre 2 y 4 días (55 %). Con respecto a la ocupación, no se identifica un comportamiento homogéneo ya que el grupo comprende a empleados, estudiantes y amas de casa.

El segmento c (Amigos jóvenes y estudiantes) se conforma principalmente por grupos de hasta cuatro amigos entre 19 y 29 años (82 %). En su mayoría son estudiantes (54 %) procedentes de la región Patagonia (65 %) que optan alojarse en departamentos o

casas de alquiler (61 %), permaneciendo en el destino entre 2 y 4 días (30 %), seguidos por aquellos cuya estadía es mayor a 8 días (26 %) y los que permanecen de 5 a 6 días (25 %). El segmento d (Parejas jóvenes e independientes) está constituido por parejas jóvenes entre 19 y 29 años (71 %) que se desempeñan como empleados (45 %), estudiantes (30 %) y profesionales (23 %). Ellos también proceden de la región Patagonia (52 %), aunque además se advierte la participación de los bonaerenses (30 %). Se alojan mayoritariamente en departamentos o casas de alquiler (46 %) y en segundas residencias (34 %); su estadía oscila entre 2 y 6 días. Por último, el grupo e (Parejas maduras y tradicionales) se integra por parejas de la región Patagonia (43 %) y en su composición prevalecen los adultos de 55 años o más (54 %), quienes son profesionales (34 %) y empleados (31 %) o están jubilados (32 %). La mayoría se aloja en hoteles (80 %) entre 5 y 6 días (46 %). En estos últimos dos conglomerados la modalidad de alojamiento define el carácter independiente o tradicional del grupo de viaje.

Esta primera aproximación sobre las características de la demanda del destino permite conocer que las familias representan un grupo consolidado, que la región Patagonia es el principal centro emisor y que las viviendas de alquiler constituyen la modalidad de alojamiento más importante. En virtud de estas variables, mediante la segmentación, se advierte que la edad y la estadía son atributos diferenciales entre los grupos familiares. En este sentido, ello representa información clave para los gestores turísticos ya que permite diseñar estrategias acordes a los objetivos de los diferentes horizontes temporales. Por ejemplo, prolongar la estadía de las familias jóvenes o acortar la de los grupos de adultos, según se opte por la maximización del *output* o de los ingresos. Asimismo, a través de un abordaje más complejo, es posible determinar si las familias con niños tienen mayor propensión de gasto a fin de generar una oferta de servicios atractiva para este grupo. Por su parte, conocer el gasto total medio de cada segmento es determinante para los prestadores de servicios ya que permitiría identificar oportunidades de diversificación de la oferta. Por último, el tamaño de los conglomerados d y e indica que no son relevantes, por lo tanto, no requieren una atención prioritaria; aunque ello depende de los intereses del destino.

Referencias bibliográficas

- Carballo Meiriño, R., Fraiz Brea, J.A., Araújo Vila, N. y Rivo López, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Riveira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 369-383.
- Fraiz Brea, J.A. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 739-740.
- Guzmán Hernández, C. Garduño Mendoza, M. y Zizumbo Villareal, L. (2009). Reflexión crítica sobre el consumo turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(6), 691-706.
- Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Machado Chaviano, E., y Hernández Aro, Y. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. *Revista El Periplo Sustentable*, (15).
- Munuera, J. L., y Rodríguez, A. I. (2015). *Estrategias de Marketing: Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC.
- Noguera Tur, J., Ferrandis Martínez, A., y Madrid Liñeiro, V. (2015). Comportamiento comercial y hábitos de consumo de los turistas en un destino maduro de sol y playa: El caso de Cullera. *Investigaciones turísticas*, 1(10), 231-254.

OMT (2011). Introducción al Turismo. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCIONAL-TURISMO-OMT.pdf>.

Pindyck, R.S. y Rubinfeld, D.L. (2009). Microeconomía. Madrid: Pearson Educación, S.A. Recuperado de https://elianascialabba.files.wordpress.com/2017/03/microeconomia_-_pyndick.pdf.

Rodríguez González, P. y Molina Molina, O. (2007). La segmentación de la demanda turística española. *Metodología de encuestas*, 9, pp. 57-92.

Silva Añaña, E.; dos Anjos, F. y de Lima Pereira, M. (2017). Segmentación *post-hoc* del mercado turístico en el destino del litoral brasileño. Análisis según los valores personales de los turistas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3, 662-677. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116009.pdf>.

Song, H. y Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting- A review of recent research. *Tourism Management*, (29), 203-220.

Tanana, A., Caruso, M.J., y Rodriguez, C.A. Determinants of the expenditure of the tourist demand in a coastal destination. *Advances in Hospitality and Tourism Research*.

Winzer, N. y Camina, R. (2004). Análisis multivariado exploratorio. Departamento de Matemática, Universidad Nacional del Sur.

ÍNDICES MULTIDIMENSIONALES APLICADOS A LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA PERCIBIDA EN MONTE HERMOSO

Luisina Zuccarini-luisina.zuccarini@uns.edu.ar

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur (UNS), Bahía Blanca, Argentina

Palabras clave: Índices multidimensionales- Geoestadística- Calidad turística- Monte Hermoso.

Introducción

El Turismo representa una de las actividades económicas del sector servicios que en las últimas décadas ha adquirido un significativo peso dentro de las economías mundiales, llegando incluso a desempeñar un papel vital en la generación de renta y empleo para diversos países (Serrano, López y Gómez, 2007). El escenario actual que enfrentan los destinos obliga a repensar el desarrollo del Turismo en un contexto de incertidumbre y de suma competitividad, con mercados en vías de recuperación, consumidores exigentes, con nuevos patrones de consumo y altamente informados, e innovaciones tecnológicas y de procesos que marcan la reconversión productiva del sector. En este marco, la gestión de la calidad en los destinos más allá de ser una ventaja competitiva, resulta esencial y determinante para hacer frente a los cambios que atraviesa el sector. La plena satisfacción, el disfrute y la calidad global percibida sobre la experiencia turística adquiere un valor absolutamente relevante, por lo cual su evaluación contribuye a detectar puntos de conflicto y áreas susceptibles de mejoras (De Miguel, Gallucci y Guerrero, 2016; Cárdenas y Rodríguez, 2021; Vargas Sánchez, 2022).

En relación con ello, en el presente trabajo se pretende realizar una evaluación sobre la calidad percibida de Monte Hermoso como destino turístico. El área de estudio es ciudad cabecera del partido homónimo y principal centro turístico. Se ubica en el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires (Argentina), comprende una superficie de 230 km² y se extiende paralelamente al mar a lo largo de 32 km en dirección Este-Oeste (E-O). Esta ubicación geográfica le aporta al destino dos rasgos que lo diferencian de otros centros de sol y playa: la ausencia de conos de sombra dada la dirección Este-Oeste de la costa y la temperatura del agua, 5° C por encima de la media registrada en otros destinos litorales de la Provincia de Buenos Aires (Regalado Aragón, 2013).

Monte Hermoso se posiciona como un destino pequeño con una importante especialización turística. Su oferta básica responde al modelo de sol y playa, con una marcada estacionalidad en temporada estival. En las últimas décadas, el destino fue experimentando un incremento significativo de su población, debido a la presencia de diversos factores que generaron atracción demográfica, con el consecuente asentamiento de nuevos residentes. A su vez, se generó una importante expansión inmobiliaria, que propició la ampliación del ejido urbano y la aceleración de mejoras en la infraestructura básica de servicios. Sin embargo, la intensidad con que se desarrolló la actividad turística e inmobiliaria no se condice con la velocidad en la gestión de los servicios y prestaciones turísticas, para anticiparse y adaptarse a las consecuencias de tal evolución (Zuccarini, Rodríguez y González Carraro, 2018). En este sentido, y considerando que la calidad turística percibida representa una evaluación global que los turistas realizan sobre el

destino, el objetivo del presente trabajo se centra en construir, a partir de la aplicación de herramientas geoestadísticas, un índice multidimensional orientado a evaluar la calidad turística percibida en el destino y su análisis espacial. La finalidad radica en generar una primera aproximación metodológica que posibilite determinar la percepción que los visitantes tienen sobre la calidad de los servicios, las prestaciones y la gestión turística del destino, de forma integral y sintética asociada a la representación espacial.

Marco teórico de referencia

La competitividad representa para los destinos turísticos, la base del éxito que supone mejoras en la calidad de vida de residentes y la sostenibilidad de la actividad turística a largo plazo (Perles Ribes, 2020). En relación con ello, González y Mendieta (2009) mencionan que cualquier destino turístico está integrado por diversos atributos, o cualidades, dados por la presencia de recursos naturales y culturales y el conjunto de facilidades y servicios turísticos ofrecidos, los cuales están dirigidos a satisfacer las necesidades de los visitantes y/o consumidores potenciales. Según los autores, la competitividad va a depender principalmente de la presencia de los factores de atracción, es decir, los recursos, y de los factores de soporte que facilitan la prestación de los servicios turísticos. Asimismo, la calidad percibida respecto a los atributos mencionados, se presenta como componente diferenciador si se considera el contexto actual de los destinos. Mercados saturados, consumidores exigentes y altamente informados que marcan los estándares de calidad, e innovaciones tecnológicas permanentes que en la actualidad facilitan, entre otras cosas, la identificación de tendencias en el comportamiento de los turistas y la detección de los atributos o cualidades más valoradas que, en conjunto, constituyen la calidad percibida de los destinos turísticos (Dipierrri y Zanfardini, 2004; Martínez, Gallucci y Guerrero, 2011; Vargas Sánchez, 2022).

En este marco, el concepto de calidad refiere a la percepción global de los visitantes sobre toda la experiencia turística ofrecida en los destinos. De esta forma, la calidad percibida en los mismos resulta de la comparación entre las expectativas de los visitantes y las cualidades percibidas de los servicios prestados y experiencias adquiridas. En otras palabras, surge de la diferencia entre la calidad esperada y la calidad percibida (Martínez, Gallucci y Guerrero, 2011; De Miguel, Gallucci y Guerrero, 2016). Autores como Serrano, López y Gómez (2007) sostienen que la calidad va a influir positivamente en la satisfacción de los visitantes en un destino, condicionando con ello la intención de volver al mismo y la voluntad de recomendación a potenciales visitantes.

Existen diversas propuestas metodológicas orientadas al estudio de la calidad, principalmente centradas en la identificación de los atributos de calidad más valorados en la prestación de los servicios que reciben los visitantes (Serrano, López y Gómez, 2007; Martínez, Gallucci y Guerrero, 2011; De Miguel, Gallucci y Guerrero, 2016). En este caso, teniendo en cuenta que el estudio propone la evaluación de la calidad turística percibida de Monte Hermoso como destino, de forma integral, se apela a la aplicación de índices multidimensionales en tanto que constituyen instrumentos que permiten obtener información sintética sobre la temática analizada. Los indicadores representan medidas estadísticas que permite estudiar las variaciones de una o más magnitudes, en relación al tiempo y/o al espacio. Su aplicación favorece procesos continuos de medición, por lo cual son herramientas válidas a aplicar de manera iterativa, a fin de realizar análisis de tipo comparativo entre destinos, y evolutivo en un destino en particular (Pérez López, 2004; Torrez Lorenzo y Martín Hernández, 2013).

Metodología

La presente investigación es de corte cuantitativo con alcance exploratorio y descriptivo. Se trabajó con datos relevados en el estudio de demanda turística de enero y

febrero 2019 (pre-pandemia) que comprende un total de 1504 casos. La encuesta es la técnica empleada para la recolección de los datos y fueron aplicadas a los visitantes que concurrieron al balneario durante la temporada estival. Se realizaron en cuatro áreas de muestreo, previamente definidas, en el sector costero del destino conforme a la representación proporcional del uso que los turistas y excursionistas hacen del mismo. En relación con ello, las áreas de muestreo se extienden de oeste a este, desde el Complejo Americano hasta Faro Recalada (zona 1: Complejo Americano – Calle Las Ballenas; zona 2: Calle Antonio B. Costa – Faro Recalada; zona 3: Calle Las Ballenas – Calle Av. Raúl Alfonsín; zona 4: Calle Av. Raúl Alfonsín – Calle Antonio B. Costa).

En el diseño de la encuesta se contempla el relevamiento de 62 variables orientadas a caracterizar el perfil de los visitantes, considerando aspectos sociodemográficos, socioeconómicos y psicográficos, y a conocer el nivel de satisfacción y calidad percibida respecto al destino. En relación con ello, para la construcción del Índice de Calidad Turística Percibida (ICTP), se seleccionaron las 19 variables de escala, medidas de 0 a 10, mediante las cuales los encuestados valoran cuantitativamente diferentes aspectos vinculados con la calidad percibida de los servicios y prestaciones turísticas del destino. A saber: el transporte de larga distancia (IND1), el transporte local (IND2), alojamiento (IND3), gastronomía (IND4), señalética turística (IND5), oficinas de informes turísticos (IND6), prestadores de servicios turísticos (IND7), comunicaciones (IND8), bancos y cajeros (IND9), atractivos turísticos (IND10), entretenimientos (IND11), centros de compras (IND12), seguridad (IND13), iluminación (IND14), contaminación (IND15), limpieza de la ciudad y la playa (IND16), atención recibida (IND17), nivel de información (IND18), capacidad para resolver problemas (IND19).

Para la construcción del ICTP, se aplicó el *Método de Componentes Principales* (Pérez López, 2004), para el cual, en primer lugar, se construyó una base de datos en una planilla de Excel donde se ingresaron los 1504 casos, las zonas de muestreo asociadas a cada uno y las variables seleccionadas con sus respectivas calificaciones. Se llevó el archivo al SPSS (IBM SPSS Statistics), se estandarizaron los datos, cuyos valores se guardaron como variables y a partir de éstas, se procedió a aplicar la función *Reducción de dimensiones* (Pérez López, 2004) para extraer un solo componente. Se analizó la matriz de componentes resultante y la tabla de la varianza total explicada. Se realizaron seis combinaciones diferentes y en cada análisis de la matriz se extrajeron los indicadores que más peso revestían en el conjunto. Finalmente se logró una combinación con 7 indicadores que obtuvo 52 puntos porcentuales de varianza para el primer componente y 65 puntos porcentuales para el segundo. De esta forma, el índice quedó integrado por 7 variables de las 19 analizadas, las cuales revisten mayor significancia. Éstas son la gastronomía, los atractivos turísticos, los entretenimientos, los centros de compras, la seguridad, la atención recibida y la capacidad para resolver problemas. A partir de los valores obtenidos del ICTP para los 1504 casos, se definieron estratos mediante la aplicación del *Método de Estratificación Óptima* (Dalenius y Hodge) ya que pondera tanto la distribución del índice como el número de casos (Pérez López, 2004). Se determinaron 5 estratos para definir el grado de calidad turística percibida, lo cual facilita su clasificación de acuerdo a criterios cualitativos (estrato 1: ICTP entre -4,01 y -2,92 “malo”; estrato 2: ICTP entre -2,92 y -1,84 “regular”; estrato 3: ICTP entre -1,84 y -0,23 “bueno”; estrato 4: ICTP entre -0,23 y 0,84 “muy bueno”; estrato 5: ICTP entre 0,84 y 1,92 “excelente”). Posteriormente, se calculó el porcentaje de respuestas de cada estrato para las cuatro zonas de muestreo, lo cual permitió analizar la variabilidad espacial en términos de calidad turística percibida en cada una de las zonas de muestreo definidas.

Resultados y principales conclusiones

Los valores del ICTP alcanzados en la zona de muestreo 1 indican mayormente una percepción positiva de los visitantes respecto al destino. En este caso, el 93% de los ICTP se sitúan en el estrato 4 y 5, lo cual se asocia a la categoría “muy bueno” y “excelente”, con 76 puntos porcentuales para la primera y 17 para la segunda. Por su parte la categoría “bueno” representa solo 5 puntos porcentuales, mientras que los estratos más bajos que comprenden las categorías “regular” y “malo” representan el 1%, respectivamente. Esta tendencia positiva se observa también en la zona de muestreo 4 cuyos valores del ICTP se concentran principalmente en la categoría “excelente” la cual registra el 56% de representatividad y la categoría “muy bueno” que registra el 37%. En el tercer estrato, al que pertenece la categoría “bueno”, alcanza los 6 puntos porcentuales mientras que las percepciones negativas, solo en el estrato 2, registran el 1% de participación. Por su parte, si bien en términos generales la tendencia es positiva, la zona de muestreo 2 observa un comportamiento diferencial. La mayoría de los valores obtenidos para el ICTP (73%) se registran en la categoría “bueno” la cual se sitúa en el tercer estrato. Le continúa en porcentaje de representatividad, con 15 puntos, la categoría “muy bueno”. Las percepciones negativas alcanzan los 12 puntos porcentuales englobando los estratos 1 y 2, es decir los valores de ICTP asociados a las categorías “regular” y “malo” con una representatividad del 9% y el 3% respectivamente. Por su parte, el estrato 5 que comprende la categoría “excelente” no presenta valores de representatividad. El mismo comportamiento exhibe dicha categoría en la zona de muestreo 3. En esta área la mayoría de los valores del ICTP se concentran en el estrato 4, es decir en la categoría “muy bueno”, alcanzando los 84 puntos porcentuales. La categoría “bueno” registra un 10 % de representatividad, mientras que las valoraciones negativas que comprenden el estrato 1 y 2, contemplan el 3% respectivamente.

Los resultados obtenidos, permiten inferir que la calidad turística percibida en el destino por parte de los visitantes es positiva. Los valores del ICTP muestran una tendencia favorable en todas las zonas de muestreo. De esta forma cobra especial importancia hacer hincapié en las zonas que registran los mayores valores de ICTP asociados a valoraciones negativas. En este sentido, considerando el grado de calidad percibida que contemplan los estratos 1 y 2 – categorías “malo” y “regular” – se identifica que la zona de muestreo 2 observa los porcentajes con tendencias negativas más altos, los cuales alcanzan el 12% de representatividad, mientras que la zona de muestreo 3 registra 6 puntos porcentuales con valores del ICTP que indican percepciones desfavorables. Estas dos zonas de muestreo representan las zonas prioritarias que requieren mayor intervención por parte de los gestores turísticos del destino.

En conclusión, en el trabajo propuesto se logró construir el ICTP como un indicador multidimensional que posibilitó evaluar cuantitativamente, la calidad turística percibida en Monte Hermoso de forma sintética. No obstante, la propuesta representa resultados parciales de una primera aproximación metodológica sobre la cual continuar indagando en próximas investigaciones para determinar validez, confiabilidad y factibilidad de réplica en otros destinos, de características similares al estudiado. Asimismo, para realizar el cálculo en otros periodos temporales que faciliten el análisis comparativo y evolutivo de la temática abordada.

Referencias bibliográficas

De Miguel, N., Gallucci, S. S. y Guerrero, A. L. (2016). Servicios Aeroportuarios. Evaluación de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo. Aeropuerto de Bahía Blanca, Argentina. *Gran Tour: revista de investigaciones turísticas*. 14, 3-22.

González, R. y Mendieta, M. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*. (23), 111-128.

Herrera Cárdenas, P. L. y López Rodríguez, M. (2021). El turismo: la gestión de la calidad y sus costos. *Cofin Habana*. 15, 2, 1-14.

Martínez, M., Gallucci, S. y Guerrero, A. L. (2011). Atributos de calidad de servicio en alojamientos de sol y playa. Estudio de caso: aparts hoteles de Las Grutas, Río Negro, Argentina. *Realidad, tendencias y desafíos en Turismo*. 9 (11), 133-145.

Pérez López, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos. Aplicaciones con SPSS*. Pearson educación, S.A.

Perles Ribes, J. F. (2020). La competitividad de los destinos turísticos. En Asociación española de expertos Científicos en Turismo (ed.), *La actividad turística española en 2019 (edición 2020)*. Editorial Síntesis.

Regalado Aragón, M. J. (2013). *El consumo turístico en destinos litorales. Estudio de caso Monte Hermoso*. Tesis de grado, Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

Serrano Bedía, A. M., López Fernández, M. C. y Gómez López, R. (2007). Gestión de calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones. *Cuadernos de Turismo*. 20, 254-266.

Torres Lorenzo, Y. y Martín Hernández, R. (2013). Propuesta para el diseño de un sistema de indicadores integrado para la coyuntura turística de Canarias. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. 23, 55-74. http://dx.doi.org/10.5209/rev_CESE.2013.v23.47662

Vargas Sánchez, A. (11 de abril de 2022). *Enfoques emergentes pospandemia: la calidad. Hosteltur*. Recuperado el día 30 de mayo de 2022 de https://www.hosteltur.com/comunidad/005029_enfoques-emergentes-post-pandemia-en-el-mercado-turistico-la-calidad.html

Zuccarini, L. Rodríguez, C. A. y González Carraro, M. (2018). Estudio de potencialidad de Monte Hermoso como Destino turístico innovador. En *Libro de ponencias del II Congreso Internacional de Turismo en Serranías*. ISBN 978-987-733-175-2. pp. 310-319.

4. Eje Turismo, Territorio y Patrimonio

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO URBANO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES: ALIANZAS Y ESTRATEGIAS EN LA RECONFIGURACIÓN SIMBÓLICA DE TERRITORIOS RELEGADOS

Mercedes Gonzalez Bracco- mgonzalezbracco@unsam.edu.ar

CONICET- CIDETUR - EEYN - UNSAM

Triana Sánchez Attanasio- tsanchezattanasio@unsam.edu.ar

Yazmin Abraham- yabraham@unsam.edu.ar

CIDETUR - EEYN- UNSAM

Introducción

El proceso de reurbanización de los barrios populares de la Ciudad de Buenos Aires dio lugar a una serie de modificaciones estructurales, materiales y simbólicas impulsadas desde el gobierno local (GCBA). A partir de 2017, la mirada oficial viró de la “radicación” a la “urbanización” y posteriormente hacia la “reurbanización” (Rodríguez, 2019; Sánchez y Aldao 2020). Dos casos paradigmáticos que ejemplifican este proceso son el Barrio Mugica (ex-villa 31/31bis) y el Barrio Rodrigo Bueno (ex-villa costanera Sur). Vale destacar que ambos se emplazan dentro de la zona de mayor afluencia turística de la ciudad (en los barrios de Retiro y Puerto Madero respectivamente) y, si bien poseen historias diferentes y características disímiles, ambos fueron incluidos dentro del Plan de Turismo Comunitario Urbano (PTCU) impulsado por el Ente de Turismo de la Ciudad (ENTUR) durante el 2020 (Sánchez Attanasio, 2022).

Ahora bien, ¿qué significa que el GCBA, que hasta hace pocos años proponía erradicar las denominadas “villas miseria” (Blaustein, 2006; Vebitsky, 2003) haya reconvertido sus discursos y políticas sobre estos territorios, no solamente reurbanizándolos, sino proponiendo su exposición como atractivo de la ciudad? Desde una mirada superficial, este enfoque del turismo comunitario propuesto desde un organismo estatal contrasta con la imagen clásica que se tiene del mismo, ya que suele asociarse -sobre todo- con la autogestión de las comunidades (Cañada, 2019; Zielinski et al; 2020). No obstante, existen otros casos latinoamericanos donde programas de urbanización llevados adelante por los gobiernos locales, organismos internacionales y/o fundaciones sin fines de lucro confluyeron con la propuesta de una resemantización de los barrios populares a través de la mirada turística (Allis, 2021; Alvarez López, 2019; de Oliveira Figueiredo, 2017; Quinchía Roldán y Arrieta Neira, 2012).

A partir de estas ideas proponemos discutir el concepto de turismo comunitario, indagando sobre sus particularidades en los espacios urbanos, su impulso y/o gestión por parte de otros actores por fuera de las comunidades, y su impacto en territorios históricamente relegados simbólicamente y materialmente. Para ello tomaremos como referencia dos estudios de caso: la *Vivera Orgánica* y el *Patio Gastronómico Rodrigo Bueno* en el barrio homónimo, y *Ajayu*, en el Barrio Mugica-Villa 31. En el marco de una investigación más amplia, esta presentación se propone entonces indagar acerca de los vínculos de ambos proyectos con las agencias de gobierno involucradas con cada uno, buscando establecer las alianzas y estrategias de los actores involucrados en la concreción y desarrollo del turismo en el territorio.

Marco teórico de referencia

El turismo comunitario se define en contraste con el modelo tradicional de turismo masivo ya que se caracteriza por buscar el progreso socioeconómico de los grupos sociales que lo llevan adelante, al tiempo que promueve el desarrollo ambiental sostenible y pone en valor la identidad cultural de pequeñas comunidades rurales o étnicas -que por lo general se encuentran desplazadas e invisibilizadas- (Cabanilla, 2018; Cañada, 2019; Yanez, et al. 2019; Zielinski, et al. 2020; entre otros). En relación a esto último, una de las bondades frecuentemente destacadas sobre el turismo comunitario radica en que promueve intercambios positivos entre locales y visitantes generando sentimientos favorables hacia las comunidades.

Desde hace algunos años, este tipo de turismo también comenzó a estar presente en zonas urbanas, lo que permitió ampliar y complejizar la noción de turismo comunitario por las problemáticas ligadas a las grandes ciudades; surgiendo así el turismo comunitario urbano (TCU) (Dias Mano et al, 2017; Ferrari, 2021). Recientes investigaciones latinoamericanas se centraron en analizar la compatibilidad de este modelo en ámbitos urbanos, cuyas experiencias se observan mayoritariamente en áreas periféricas que son geográfica y/o simbólicamente degradadas (Ferrari, 2021; Rodrigues Da Silva, 2014). Un ejemplo paradigmático es el denominado “turismo de favelas” (Freire-Medeiros, 2007; Rodrigues da Silva et al., 2014), muchas veces solapado - y por ello fuertemente criticado - al *slum tourism* o “turismo de la pobreza”¹. Aquí argumentamos que el TCU, no obstante, no busca construir la pobreza en términos de atractivo pintoresquista sino enaltecer el patrimonio material e inmaterial de las comunidades locales, con el objetivo de desestigmatizar los espacios y a las personas que lo habitan. Con este fin, la construcción y presentación estetizada de dicho patrimonio en torno a un relato redentor que permita una aproximación diferente de los visitantes a estos espacios desacreditados resulta una estrategia fundamental para construir un puente interpretativo y de valoración positiva de cara a los visitantes.

En Argentina, las prácticas de TCU aún son incipientes y hasta el momento han sido escasamente estudiadas. Particularmente en la ciudad de Buenos Aires, el surgimiento del TCU se vincula con transformaciones más extensas que el GCBA viene llevando a cabo en los diferentes barrios populares de la ciudad. Rodríguez (2019) señala que existe una transformación de la visión de gobierno sobre estos espacios que actualmente implica una intención de integración a partir de la reurbanización, en contraposición a la postura de erradicación propia de principios de los 2000².

Metodología

La estrategia metodológica para este trabajo es de base cualitativa y contempló diversas técnicas de producción de datos y fuentes de información. A partir de una exploración bibliográfica y etnográfica se estudiaron los significados múltiples que asume la estigmatización socioespacial y la mercantilización de la ciudad para los distintos actores sociales involucrados en el desarrollo de proyectos de TCU.

¹ La ONU cataloga como *slums* a aquellas “áreas de una ciudad consideradas degradadas, cuya característica principal es la informalidad, así como su alto índice de pobreza, la falta de seguridad y la precariedad de las viviendas” (2003, en Sánchez Attanasio, 2022; p. 18)

² El concepto de erradicación implicaba el desalojo de los habitantes de los distintos barrios populares, mientras que la urbanización -concepto que surge luego- refiere a las transformaciones propiamente habitacionales y de conexión de servicios básicos. Por su parte, la reurbanización se utiliza en respuesta a “la interpelación de los habitantes hacia el Estado para que reconocieran los procesos de urbanización que habían realizado de manera autogestionaria” (Sánchez y Aldao, 2020)

La perspectiva cualitativa propuesta comprende la integración de diversas herramientas y técnicas de abordaje como la utilización de entrevistas abiertas y las observaciones con y sin participación. El universo de análisis apuntó a contemplar todos los actores sociales que resultaran relevantes – vecinos participantes y no participantes en los proyectos de TCU, funcionarios, legisladores, asesores, expertos, empresas turísticas, turistas externos e internos, entre otros – a fin de estudiar los procesos que enmarcan las tensiones mencionadas en cada uno de los casos seleccionados. Las técnicas de recolección de datos incluyeron entrevistas en profundidad a los actores involucrados, mapeos de los territorios, seguimiento de reuniones y eventos relacionados con la temática, seguimiento y análisis de páginas web y redes sociales vinculadas, fuentes secundarias y relevamiento de la bibliografía pertinente.

Resultados parciales y Conclusiones preliminares

Este trabajo se desprende de un Proyecto de Investigación en curso cuyo objetivo es indagar en las posibilidades del TCU de incidir sobre la desestigmatización de territorios relegados en el contexto actual de mercantilización urbana, identificando las problemáticas que lo atraviesan y sus potencialidades de crecimiento, en tanto oportunidad de desarrollo con mayor equidad social a partir del estudio de dos experiencias en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), examinando los modos en que la construcción de nuevas narrativas e imaginarios asociados permiten (o no) contribuir a la relectura social de los espacios en los que se desarrollan. En este sentido, la selección de los casos se realizó en función de analizar cuáles son los efectos que implica la vinculación del GCBA con el territorio de estos barrios populares en términos turísticos; ya que en cada uno intervienen agencias gubernamentales distintas. Un factor importante es que esta integración socio-urbana comprende a su vez la dimensión económica y productiva de los habitantes, desde donde se entiende la implementación de los proyectos turísticos, como herramientas generadoras de empleo para sus vecinos.

En el caso de Rodrigo Bueno, el Instituto de Vivienda de la ciudad (IVC) es el organismo encargado de implementar las acciones de reurbanización y quien convoca al ENTUR para desarrollar el turismo en el barrio. De esta manera se decide impulsar la atraktividad turística de dos emprendimientos desarrollados por el IVC: La Vivera Orgánica (organización comunitaria integrada por mujeres del barrio) y el Patio Gastronómico (proyecto de la ciudad de servicios gastronómicos, con integrantes externos e internos al barrio) (Sánchez Attanasio, 2022). La reurbanización del Barrio Mugica se encuentra a cargo de la Secretaría de integración social y urbana (SISU), quien fue creada específicamente para este fin. En este marco se crea la cooperativa Ajayu Turismo Comunitario, la cual se dedica a realizar recorridos turísticos por el barrio desde la mirada de sus residentes (Fernandez Miranda y Laborda, 2021).

Los primeros resultados del trabajo de campo permiten identificar algunas diferencias entre los objetivos perseguidos por cada proyecto. Por un lado, los emprendimientos desarrollados en RB enfatizan la necesidad de generar empleo para los vecinos a partir de potenciar el turismo de la zona y aprovechando la afluencia de visitantes de Puerto Madero. Por otro lado, la propuesta de TCU del Barrio Mugica prioriza poner el foco en la mirada de desestigmatización de su barrio a través de los recorridos. Como parte de los resultados preliminares y a partir de las diferencias y similitudes entre ambos casos, identificamos que el grado de participación de las agencias influye en la configuración de cada uno de los emprendimientos de TCU estudiados hasta el momento. Resta a futuro analizar en profundidad cómo los objetivos y estrategias implementadas en el territorio condicionan e incluso limitan el carácter autogestivo de este tipo de iniciativas.

Referencias bibliográficas

Álvarez-García, J., Durán-Sánchez, A., De la Cruz del Río-Rama, M. (2018). Scientific Coverage in Community-Based Tourism: Sustainable Tourism and Strategy for Social Development. *Sustainability* 2018, 10, 1158; doi:10.3390/su10041158.

Álvarez López, C. (2019) *Apropiación del espacio público por prácticas de turismo en el barrio Las Independencias, comuna 13 de Medellín* [Tesis de grado]. Universidad de Antioquía. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10495/14954>

Azeglio, A., Lizurek, M. y Díaz., C. (2020). El turismo socio solidario de base comunitaria en Argentina: premisas para una búsqueda epistemológica. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

Blaustein, E. (2006) *Prohibido vivir aquí*, Buenos Aires: Punto de Encuentro.

Cabanilla, E. A. (2018) “Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción”, en *Siembra*, Vol.5, N°1, pp.121-131.

Cañada, E. (2019) “Los mercados del Turismo Comunitario en América Latina. Perspectiva para una agenda de investigación”, en *Dimensiones Turísticas*, Vol.5, N°3, pp.96-105

Dias Mano, A; Feder Mayer, V. y Fratucci, A. (2017) “Community-based Tourism in Santa Marta Favela/RJ: social, economic and cultural opportunities”, en *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, Vol.11, N°3, pp. 413-435

Fernandez Miranda, R. y Laborda, M. (02/12/2021). Cooperativa Ajayu: turismo comunitario urbano en Buenos Aires. *Alba Sud*.

Ferrari, S. (2021) “El turismo comunitario urbano como forma de re-existencia cultural y laboral. El modelo de Barrio Egipto (Bogotá)”, en *Cuestiones de sociología*, N°24, e115. <https://doi.org/10.24215/23468904e115>

Freire-Medeiros, B. (2007) “A favela que se vê que se vende. Reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico”, en *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol. 22, N°65, pp.61-72

González Bracco, M. (2021a) “Pintó la isla: arte urbano comunitario y la ‘dignificación’ de los espacios relegados. El caso de Isla Maciel”, *XII Congreso Argentino de Antropología Social (CAAS)*, La Plata, septiembre de 2021.

González Bracco, M. y Kotschack, L. (2019) “Lo físico y lo virtual en las prácticas turísticas urbanas. El caso de Buenos Aires”, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Volumen 28, N°2, pp.249-266

González Bracco, M. y Kotschack, L. (2017) “El espacio turístico, entre el enclave y el derrame: estudio en dos barrios de Buenos Aires”, en *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, Vol. 26, N°2, pp. 373-397

LacARRIERU, M. (2016). *Vivir en la Ciudad: Sentidos de experiencia de los lugares. Procesos de disputas y tensiones en contextos locales*. 1a ed - La Plata. Buenos Aires. Club-Hem Editores, Ediciones Kula; p. 228.

LacARRIERU, M; GIROLA, F; THOMASZ, G; YACOVINO, M; LECKERMAN, V; CROVARA, M. E; (2011). *Procesos de recualificación y relegación en la ciudad de Buenos Aires: repensando la noción de ciudad-fragmento y la despolitización de lo urbano*. Argumentos;

México DF; Año: 2011; vol. 24 p. 15 - 34.

Oliveira Figueiredo, G. (2017). Un análisis histórico-crítico del fenómeno de las favelas en Rio de Janeiro, Brasil. *Jangwa Pana*, Vol. 16, No. 2, 235 - 249. Recuperado de: <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/jangwapana/article/view/2131/1582>

Quinchía Roldán, S; Arrieta Neira, E. (2012). URBANISMO SOCIAL: DEL DISCURSO A LA ESPACIALIZACIÓN DEL CONCEPTO. CASO MEDELLÍN – COLOMBIA. Ponencia presentada en la 9ª Biental del Coloquio de Transformaciones Territoriales. Huellas e incertidumbres en los procesos de desarrollo territorial. Tucumán –Argentina. Recuperado de: <https://docplayer.es/34744473-Urbanismo-social-del-discurso-a-la-espacializacion-del-concepto-caso-medellin-colombia.html>

Rodrigues da Silva, D., Corbari, S., Cioce Sampaio, C. y Jurema Grimm, I. (2014) “Turismo comunitario en favelas. Un estudio del Favela Inn Hostel, Chapéu Mangueira - Rio de Janeiro, Brasil”, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol.23, N°4, pp.786-804

Rodríguez, María Carla. (2019). Urbanismo “pasito a pasito”. Villas y reconfiguración de la centralidad metropolitana en Buenos Aires, Argentina. *Andamios*, 16(39), 15-45. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632019000100015

Sánchez Attanasio, T. (2022). Turismo Comunitario Urbano en Buenos Aires: ¿Desarrollo Turístico Sostenible? Caso: Barrio Rodrigo Bueno. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de San Martín. Recuperado de <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1840>

Verbitsky, Bernardo (2003) *Villa Miseria también es América*, Buenos Aires: Sudamericana

Yanes, A., Zielinski, S., Diaz Cano, M., Kim, S. I.; (2019). Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation. *Sustainability* 2019, 11, 2506; doi:10.3390/su11092506

Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S.I.; Milanés, C. (2020). Why Community-Based Tourism and Rural Tourism in Developing and Developed Nations are Treated Differently? A Review. *Sustainability* 2020, 12, 5938; doi:10.3390/su12155938.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

EL PAISAJE CULTURAL UNA CATEGORÍA DE VALORIZACIÓN PATRIMONIAL Y TURÍSTICA. ÁREA NATURAL PROTEGIDA EL TROMEN, NEUQUÉN, PATAGONIA, ARGENTINA

Mónica Beatríz Gelós- monicagelos@gmail.com

Mariela Carolina Marzari- mcmarzari@hotmail.com

Walter Javier Gatica- waltergaticanqn@gmail.com

Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue

Introducción

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “*Una mirada holística del paisaje cultural y su entramado territorial en el Área Natural Protegida Tromen. Evaluación de su potencialidad recreativo – turística*”, desarrollado por un equipo interdisciplinario del Área de Recursos Culturales, de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. El mismo se encuentra en su etapa inicial.

Su objetivo general es:

- ✓ Conocer la configuración estructural, estética, simbólica y social del paisaje cultural del Área Natural Protegida Tromen para evaluar su potencialidad y puesta en valor recreativo – turística.

En tanto que los objetivos específicos son:

- ✓ Relevar todos los estudios y documentación referidos a los aspectos, geográficos, geológicos, sociales, económicos, culturales, etc. del área de estudio
- ✓ Diseñar y aplicar un programa general de relevamiento, documentación y catalogación de los bienes culturales tangibles e intangibles del área de estudio
- ✓ Identificar y analizar las articulaciones de los bienes culturales en el proceso sociohistórico de ocupación del territorio del área de estudio
- ✓ Definir las dimensiones del valor simbólico- social y estético de los componentes culturales del paisaje territorial del área con la participación de los referentes de las comunidades cercanas
- ✓ Identificar, definir y delimitar en un mapa las unidades componentes de paisaje cultural del área de estudio
- ✓ Reconocer y analizar específicamente los aspectos más característicos de la visualidad estética y significativa del arte rupestre de los sitios “Aleta” Puesto Muñoz y Los Grabados y su configuración en el paisaje cultural del área de estudio
- ✓ Analizar y evaluar la potencialidad recreativo - turístico de las unidades del paisaje cultural identificadas en el área de estudio

Es menester señalar que este proyecto cobra carácter interinstitucional a partir de un convenio firmado entre la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue, la Secretaría de Desarrollo Territorial y Ambiente y el Ministerio de las Culturas de la Provincia del Neuquén.

El área de estudio se encuentra ubicada en los límites del Departamento Chos Malal y Pehuenches de la provincia del Neuquén, Patagonia Norte. Tiene una superficie de

30.000 has. circunscriptas en un área geográfica que, a grandes rasgos, está caracterizada morfológicamente por procesos volcánicos, fluviales, eólicos y posiblemente glaciarios, de clima mediterráneo que influye en la variada vegetación de la Payunia, de Provincia del Monte y de la Estepa Arbustiva Semiárida.

Las localidades de Chos Malal, Tricao Malal y Buta Ranquil son las más cercanas e importantes de la zona en cuanto asentamientos poblacionales y constituyen los centros de servicios para la población rural. Las principales actividades en el territorio son la ganadería trashumante especialmente caprina y ovina, actividades mineras y, en los valles, una agricultura intensiva. Muchas de estas actividades se han venido desarrollando históricamente (anteriores al siglo XIX) y destaca la existencia de diez sitios arqueológicos.

Marco teórico de referencia

El paisaje cultural es concebido como un ámbito de múltiples percepciones en el que se enhebran, entrelazan, diversas unidades y componentes de valor cultural y ambiental refiriendo a una expresión integral de la memoria e identidad de un territorio. De esta forma, el patrimonio cultural y ambiental se encuentra estrechamente vinculado a la gestión del paisaje que los contiene (Moreno Osvaldo, et. al. 2020). Como unidades territoriales complejas, la relación entre territorio, patrimonio y paisaje constituye, pues, una trilogía fundamental con la que reorientar la identificación, protección y gestión de los bienes culturales (Silva Pérez y Fernández Salinas 2015 en Mónica Gelós 2019).

En este contexto, el patrimonio es un bien compositivo esencial del paisaje cultural, que, como tal, es una construcción social dialéctica y sujeta a cambios en función de circunstancias contextuales históricas y sociales. Por ello, es fundamental la participación de las comunidades locales en los procesos de identificación y valoración de los componentes patrimoniales de un territorio en el reconocimiento de su paisaje cultural a ser visibilizado (Carolina Marzari, 2016).

Derivado de lo anterior, las imágenes culturales constitutivas del noreste neuquino afloran como significantes de estimable ponderación en lo referido al cúmulo cultural. Cualquiera sea el caso, tales configuraciones, modelizan material y simbólicamente la expresión visual de los habitantes que trasuntan y permanecen por esas tierras.

El punto de partida para esto es el abordaje de su patrimonio cultural como expresión de los diferentes momentos de ocupación del territorio y que dan origen a una serie de capas que hoy constituyen su paisaje cultural.

Develar cada una de ellas, profundizando en los significados de sus expresiones materiales e inmateriales, es una tarea fundamental para la evaluación de su potencialidad recreativo – turística.

Sobre este aspecto, se profundizará en la exposición y presentación del trabajo completo.

Metodología

El abordaje se encuadra en el uso de triangulaciones teórico – metodológicas del ámbito cualitativo y cuantitativo.

Además de las fuentes secundarias, respecto a las técnicas de recolección de datos, se realizarán entrevistas a informantes claves, diseño e implementación de fichas de relevamiento y documentación de bienes materiales e inmateriales, registro fotográfico y gráficos, SIG, etc.

En relación al análisis y síntesis de la información, se utilizarán análisis comparativos, de contenido, estadísticos y de catalogación del patrimonio; así como reuniones de retroalimentación con representantes de las comunidades locales.

Resultados hasta el momento

Dado la situación de COVID -19 por todos conocida, recién en el mes de enero 2022 se pudo realizar la primera salida al campo de la cual se recabó información en torno al reconocimiento del espacio territorial en el que se está trabajando. Se realizó un relevamiento fotográfico, identificación del estado de los sitios arqueológicos y con arte rupestre, como así también de los diferentes puestos de crianceros y se los georeferenció para volcarlos en los mapas a elaborar.

Las actividades desarrolladas hasta el momento han girado principalmente en la consulta de fuentes secundarias y algunas fuentes primarias a través de entrevistas realizadas vía correo electrónico o telefónicamente; la posibilidad de cartografiar algunos de los componentes patrimoniales a partir del uso de SIG y el avance en las definiciones de las dimensiones teóricas del paisaje cultural del área en estudio.

Dentro de las primeras conclusiones, aparecen en el territorio configuraciones culturales que dan cuenta de las diferentes unidades paisajísticas diferenciables, pero que, al mismo tiempo, al trazar un corte transversal aparecen indicios de los diferentes momentos de ocupación - continuidades y discontinuidades del mismo - que esbozan la memoria histórica de ese paisaje en un marco de “evolución” que le da el sentido de una aparente gran unidad paisajística cultural con heterogeneidades en su interior. Por lo cual, se estaría hablando de sub-unidades paisajísticas.

Actualmente se continúa trabajando en el análisis de las fuentes de información y fichas de relevamiento para próximas salidas de campo.

Referencias bibliográficas

ATHAN, T. et. al (2020) QGIS. User Guide. Versión 3.4- QGIS Project. S/c. Fundación de Software Libre <https://www.qgis.org/>

BALLART, J. (1997). *El Patrimonio Histórico y Arqueológico: Valor y Uso*. Barcelona: Ariel.

CARDEN, N. (2008). *Imágenes a través del tiempo. Arte rupestre y construcción social del paisaje en la Meseta Central de Santa Cruz*. Colección Tesis Doctorales. Buenos Aires: Sociedad Argentina de Antropología.

CHRISTI, M. (1999). *Plan general de manejo del Parque Provincial Tromen. Consideraciones de manejo y relevamiento de fauna*. Recuperado de: https://www.anp.gob.ar/el_tromen.html

HAJDUK, A. (1999). *Plan general de manejo del Parque Provincial Tromen. Valores Histórico-culturales*.

Recuperado de: https://www.anp.gob.ar/el_tromen.html

LOIS, C. (2015). El mapa, los mapas. Propuestas metodológicas para abordar la pluralidad y la inestabilidad de la imagen cartográfica. *Geograficando*, 11 (1). Recuperado de: <http://www.geograficando.fahce.unlp.edu.ar/article/view/Geov11n01a02NAVARRO>

BELLO, G. (2004). *La Importancia del Paisaje como valor patrimonial*. En Revista Electrónica DU&P. Diseño Urbano y Paisaje Año 1. Número 2. Santiago de Chile, Chile. Universidad Central de Chile-UNESCO-Paisajes culturales. Recuperado de: <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape>

NAVARRA SÁENZ, M. (2017). *Metodología de valoración del paisaje empleando ARCGIS en la Cañada de Fuente Lagarto (Garganta de los Montes)*. Recuperado de: <file:///F:/CONDET%202017/>

Metodolog%C3%ADa%20valoraci%C3%B3n%20paisaje%20M%C3%93NICA_NAVARRA.pdf

SILVA PÉREZ, R. y FERNÁNDEZ SALINAS, V. (2015). *El nuevo paradigma del patrimonio y su consideración con los paisajes: Conceptos, métodos y perspectivas*. Departamento de Geografía Humana. Universidad de Sevilla. Sevilla, España.

ZÚÑIGA BRAVO, G. F. (2018). *Patrimonialización y turismo en Zozocolco de Hidalgo, Veracruz Etnicidad, cultura, naturaleza y puesta en valor*. En *Dimensiones Turísticas* / Vol. 2, Núm. 2, Enero-junio 2018. ISSN: en trámite.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

DETERMINACIÓN DE CAMBIOS EN LA VEGETACIÓN EN EMBALSES ARTIFICIALES CON POTENCIAL TURÍSTICO

Daniela Girolimetto- girolimettod@gmail.com

FTU, Universidad Nacional de San Luis

Pablo Víctor Perepelizin- pvpere@hotmail.com

FTU, Universidad Nacional de San Luis

Elisabet Walker- walkerelisabet@yahoo.com.ar

FICH, Universidad Nacional del Litoral

Diana Tarcetano- diana.tarcetano@gmail.com

DCAyGA, Universidad Nacional de Los Comechingones

Agustín Martínez- martinezagustin2016@gmail.com

FTU, Universidad Nacional de San Luis

Palabras clave: Turismo- Cuerpos de agua artificiales- Cobertura vegetal- Índices teledetectados- Cambios ecológicos.

Introducción

En regiones semiáridas es común la construcción de embalses artificiales que facilitan la realización de actividades productivas, provisión de agua potable, riego, regulación de crecientes, actividades recreativas, además de llegar a considerarse como elementos de importancia del paisaje a escala local y regional, favoreciendo el desarrollo turístico. No obstante, la presencia de estos cuerpos de agua artificiales, provocan variaciones ecológicas tanto en los entornos como en su interior (Chani y Echeverría, 2000; Girolimetto et al., 2019), sumándose a esto, el impacto asociado al turismo que provoca modificaciones en la vegetación asociada (Perepelizin et al., 2021).

El noreste de la provincia de San Luis (Argentina) pertenece a la eco-región del Chaco Seco, conformada por una gran variedad de ambientes representados por diferentes comunidades vegetales tales como bosques de algarrobo, chañar y quebracho blanco; arbustales de tala y espinillo; zonas de pasturas y riberas de vegetación palustre, entre otros. Esta región, al igual que el resto de la provincia, basa su política hídrica en la construcción de reservas de agua artificiales que garanticen la provisión de agua a sus habitantes, teniendo muchos de ellos actividades turísticas asociadas.

Una forma de inferir cambios ecológicos es mediante el uso de tecnología satelital. Los datos provenientes de los sensores remotos, permiten cuantificar el flujo de energía radiante que proviene de las diferentes superficies, proporcionando información que permite caracterizar las funciones y propiedades de los diferentes ecosistemas en general (Girolimetto, 2014). Así, se han desarrollado diversos índices que permiten evaluar la dinámica de la vegetación (Díaz García-Cervigón, 2015); como por ejemplo, el Índice de Vegetación Diferencial Normalizado (NDVI, por sus siglas en inglés), el índice de Vegetación Ajustado al Suelo (SAVI, por sus siglas en inglés), el índice de Vegetación de Relación Verde-Rojo (RGR, por sus siglas en inglés), entre otros.

Así, el uso de metodologías simples y de rápida aplicación proveniente de la tecnología satelital, serían de ayuda para comprender dinámicas más complejas, que de otra forma requerirían de un gran esfuerzo de muestreo en campo. Dichas dinámicas tienen que ver con sustitución de la vegetación, variaciones de poblaciones y cambios en el uso de la tierra. Es por ello, que estudiar los cambios ecológicos generados por los

embalses artificiales sobre la vegetación mediante el uso combinado de índices teledetectados y relevamiento en campo, resultaría de gran utilidad para quienes tienen a su cargo la evaluación de impactos y la toma de decisiones a nivel gubernamental; favoreciendo la planificación y manejo de los recursos naturales asociados a la actividad turística.

Marco teórico de referencia

Los estudios sobre embalses artificiales y los cambios generados por los mismos y por la actividad turística asociada, sobre la ecología aledaña, son escasos o casi inexistentes en Argentina. Más aún si se desean explicar dichos cambios a partir de la combinación de técnicas teledetectadas y relevamiento en campo.

Algunos trabajos relacionados con la temática son el de Chani y Echeverría (2000) quienes replantean el rol de los cuerpos de agua artificiales como hábitat que mantienen la biodiversidad; el estudio realizado por Cid y Caviedes Vidal (2005) que establece que las comunidades de aves se modifican con la construcción de embalses al generarse nuevos hábitats; y el de Campo et al. (2015) donde se analiza el comportamiento de la vegetación y los suelos en el humedal “mallín” en Neuquén-Argentina mediante la utilización de técnicas de teledetección y salidas al terreno.

Por su parte, en el trabajo de Girolimetto et al. (2022) se analizó la dinámica espacio/temporal de la evapotranspiración (ET) antes y después de la construcción de embalses artificiales y las comunidades de aves, en el centro de la provincia de San Luis, Argentina. Como resultados más significativos, se encontró que en los embalses con usos recreativos, los cambios en la vegetación son debidas a procesos de antropización. Ésto abre las puertas para seguir estudiando las relaciones que existen entre las variables teledetectadas y los disturbios en la vegetación asociada en embalses artificiales de uso turístico real o potencial.

Metodología

El área de estudio corresponde al embalse Boca de Rio (15 hm³) y su periferia, ubicado al noreste de la provincia de San Luis (Figura 1). El cuerpo de agua se ubica en un área predominantemente de uso rural extensivo, con dominancia de comunidades vegetales herbáceas con presencia de zonas arbustivas y palustres en la cercanía al borde del espejo de agua o en los márgenes de arroyos o canales. El uso turístico es aún escaso, pero con potencial de desarrollo, ligado a la relativa cercanía a la Villa de Merlo y su zona de influencia a lo largo de la Ruta Provincial 1 (Perepelizin et al., 2021).



Figura 1: Ubicación del embalse Boca de Río lindando a la Ruta Provincial 1 (en amarillo). Provincia de San Luis, Argentina. (Fuente: elaboración propia)

La metodología consiste en aplicar índices de vegetación que permitan determinar estadísticamente rangos numéricos contrastados con la información relevada en campo y a través de imágenes satelitales, determinando diferentes intervalos o clases correspondientes a cada comunidad vegetal. Con dichas clases se aplica la técnica de clasificación supervisada (Reyna y Gossweiler, 2011) con el fin de obtener mapas de uso de suelo asociado a embalses con potencial turístico.

Los índices teledetectados utilizados fueron:

El *NDVI*, el cual es un índice usado para estimar la cantidad y desarrollo de la vegetación a partir de las características de absorción y reflexión de la radiación que presentan las plantas a ciertas longitudes de onda (Girolimetto, 2014).

El *SAVI*, el cual se desarrolló como una modificación del *NDVI* a fin de corregir la influencia del suelo cuando la cobertura vegetal es baja, menor al 40 % (Huete, 1988).

El *RGR* permite identificar tres tipos de coberturas: vegetación verde (coníferas, árboles de hoja caduca y pasto), suelos (arena marrón, limo y arcilla seca) y agua / nieve.

El muestreo de campo consistió en aplicar el método fitosociológico, obteniendo estimaciones de cobertura de vegetación usando la escala de Braun-Blanquet, en la que se combina la abundancia y la dominancia; los dos índices inferiores (+, r) registran la abundancia, mientras que los restantes (1, 2, 3, 4, 5) tienen en cuenta la cobertura o dominancia (Alcaraz Ariza, 2013). De esta manera se caracterizaron las comunidades vegetales en arbustal (Ar), pastizal (Pa) y zonas de pajonal (Pj); mientras que las categorías de zonas productivas (ZP) y bosque nativo madura (BM) se determinaron directamente a través de imágenes satelitales, debido a su clara identificación visual. En todos los casos se consideró un área de 30 x 30 m (900 m²) relacionado al área asignada por pixel en las imágenes.

La metodología estadística consistió en el uso de la prueba no paramétrica de Kruskal Wallis con comparaciones múltiples para determinar diferencias significativas ($p < 0.05$) entre los valores de los diferentes índices teledetectados para cada categoría de vegetación.

Resultados y conclusiones

Para cada uno de los puntos muestreados en campo y determinados a través de imágenes (campo, 20 puntos; imágenes, 13 puntos; total 33 puntos) (Figura 2, Tabla 1), se obtuvieron los índices NDVI, SAVI y RGR a partir de las imágenes del sensor Landsat 8 OLI correspondientes a los días 17/02/2022 y 15/03/2022, coincidentes con los días de muestreo en campo (ver Tabla 1).



Figura 2: Puntos de muestreo embalse Boca de Río (color azul y código de identificación GPS). Provincia de San Luis, Argentina. (Fuente: elaboración propia)

Ar			Pj		
NDVI	RGR	SAVI	NDVI	RGR	SAVI
0,32	-0,33	0,20	0,66	-0,60	0,47
0,38	-0,35	0,20	0,65	-0,58	0,46
0,38	-0,38	0,23	0,66	-0,60	0,47
0,40	-0,40	0,23	0,60	-0,54	0,37
0,39	-0,41	0,25	0,57	-0,48	0,28
0,44	-0,39	0,24	0,60	-0,51	0,30
			0,57	-0,51	0,32
			0,53	-0,48	0,30
Pa			ZP		
NDVI	RGR	SAVI	NDVI	RGR	SAVI
0,38	-0,38	0,26	0,46	-0,45	0,28
0,54	-0,49	0,35	0,71	-0,62	0,44
0,39	-0,36	0,22	0,73	-0,64	0,49
0,46	-0,42	0,25	0,49	-0,46	0,30
0,44	-0,41	0,26	0,42	-0,42	0,28
0,39	-0,39	0,24	0,37	-0,40	0,26

			0,76	-0,67	0,49
			0,51	-0,48	0,33
BM					
NDVI	RGR	SAVI			
0,61	-0,55	0,38			
0,58	-0,50	0,31			
0,53	-0,46	0,30			
0,66	-0,57	0,38			
0,58	-0,49	0,30			

Tabla 1: Valores de los índices NDV, SAVI y RGR para los puntos de muestreo del embalse Boca de Río para los días 17/02/2022 y 15/03/2022. (Fuente: elaboración propia)

A partir de los valores de la Tabla 1, se aplicó el test estadístico con el fin de determinar, para cada índice, cuales son las comunidades vegetales que pueden ser diferenciadas claramente. De esta forma, es posible establecer para cada índice, intervalos de valores para cada comunidad vegetal que luego serán utilizados para elaborar el mapa clasificado.

En este sentido, la Tabla 2 muestra en colores (diferencias significativas $p < 0.05$) las comunidades vegetales que cada índice permite diferenciar con mayor claridad. En la mencionada Tabla, se observa que el NDVI y el RGR parecieran tener la misma respuesta de identificación de las comunidades vegetales, mientras que el SAVI sería el único de los tres índices que permite diferenciar el pastizal del pajonal.

	NDVI				RGR				SAVI			
Ar	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pa			■	■			■	■			■	■
ZP				■				■				■
BM	■			■	■			■	■			■
Pj		■	■			■	■			■	■	

Tabla 2: clases vegetales (en colores, diferencias significativas $p < 0.05$, Kruskal Wallis) que cada índice de vegetación permite diferenciar con mayor claridad. (Fuente: elaboración propia)

Con los escalones de diferenciación de comunidades vegetales, es posible obtener mapas clasificados para cada índice y de esta manera poder determinar el grado de intervención en el uso del suelo producido por un embalse construido con potencial turístico. Poder identificar las variaciones que ocurren en la flora debido a la existencia de un embalse donde antes no lo había, genera un debate para quienes planifican estos tipos de obras con diversos fines.

El uso de información que incluye tecnología satelital y relevamientos en campo, brinda herramientas para discutir distintas concepciones de cómo se debe considerar el turismo, equilibrando la concepción desarrollista ligada al crecimiento de la economía, con otros factores ligados al uso rural, los impactos de nuevas inversiones, el fortalecimiento de la infraestructura, etc. Evitando impactos negativos que ya se visualizan en otros embalses y regiones al norte de la Ruta Provincial N° 1 cercanos a la Villa de Merlo, debido a la falta de planificación e información de base en la toma de decisiones (Girolimetto et al., 2022; Perepelizin et al., 2021).

Referencias bibliográficas

- Alcaraz Ariza, F.J. (2013). El método fitosociológico. *Geobotánica*, Tema 11, pp 27. Universidad de Murcia. Murcia, España.
- Campo, A.M.; Peña, O.; Gandullo, R. y de la Cal, R. (2015). Análisis de la vegetación de un humedal “Mallin” localizado en una zona semiárida de la provincia de Neuquén (Argentina) *Papeles de Geografía*, núm. 53-54, 2011, pp. 35-48 Universidad de Murcia. Murcia, España
- Chani, J. y Echevarría, A. (2000). Los embalses artificiales y la biodiversidad, un caso de estudio. *Acta zoológica lilloana*, 45(2): 165-172.
- Cid, F. D. y Caviedes Vidal, E. (2005). Avifauna del Embalse La Florida (San Luis, Argentina). *Actualidades Ornitológicas*, 125: 10-18.
- Díaz García-Cervigón, J.J. (2015). Estudio de Índices de vegetación a partir de imágenes aéreas tomadas desde UAS/RPAS y aplicaciones de estos a la agricultura de precisión (Tesis de Maestría). Universidad Complutense de Madrid.
- Girolimetto, D.; Perepelizin, P.; Walker, E. y Generoso, A. (2022). Efectos de los embalses artificiales sobre la evapotranspiración y la avifauna. *Tecnología y ciencias del agua* (en prensa).
- Girolimetto, D.; Perepelizin, P.; Generoso, A. y Walker, E. (2019). Los espejos de agua artificiales y sus efectos sobre la evapotranspiración en una zona semiárida de la Argentina. IV Congreso nacional de Ciencia y Tecnología Ambiental. Universidad Nacional Arturo Jauretche. Florencio Varela, Argentina, desde el 2 al 5 de diciembre de 2019.
- Girolimetto, D. (2014). Evaluación del Estrés Hídrico y de los factores que lo afectan usando información teledetectada. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional del Litoral.
- Huete, A.R. (1988). A soil-adjusted vegetation index (SAVI). *Remote Sensing of Environment*. Volume 25, Issue 3, August 1988, Pages 295-309.
- Perepelizin, P.V.; Melidone M.; Baron, E. (2021). La gallina de los huevos de oro. El avance del turismo en los parajes rurales del noreste de San Luis, Argentina. *Merope*, 03: 68-82.
- Reyna, L. y Gossweiler, B. (2011). Segmentación y clasificación de imágenes satelitales para determinar la cobertura del suelo. *La Técnica: Revista de las Agrociencias*. ISSN 2477-8982. 38. 10.33936/la_tecnica.v0i4.663.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

TURISMO Y TERRITORIO LITORAL. TRANSFORMACIONES EN EL ÁREA FUNDACIONAL DE MAR DEL PLATA. DEL BALNEARIO A LA CIUDAD

Graciela Benseny- gracielabenseny@gmail.com
Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras clave: Territorio Litoral- Turismo- Turistificación- Transformaciones territoriales- Mar del Plata.

Introducción

A partir del siglo XIX surge un proceso de valorización del territorio litoral que responde a diferentes usos y percepciones, según las posibilidades de explotación económica, las condiciones del suelo, las propiedades terapéuticas o las singularidades paisajísticas más arraigadas a las prácticas de recreación. La acción del hombre determina diferentes usos del suelo y crea un espacio geográfico, que guarda relación o interdependencia con el uso de territorios próximos o alejados. Según Vera Rebollo *et al.* (1997), los usos del suelo se proyectan en diversos elementos geográficos, como consecuencia de la creación social o como producto de las modificaciones del entorno físico (residencial, comercial, industrial, rural, etc.) y componen distintas estructuras discernibles en el espacio (vivienda, servicios, industria, agro, etc.), que en cada caso poseen mayor o menor importancia y responden a estructuras interdependientes con características y dinámica propia.

Para Santos (2000), la producción y reproducción del espacio admite una sucesión de formas y contenido, que brindan una característica dinámica a su ontología. En cada momento de la sociedad, los lugares se crean, recrean y renuevan, en base a un nuevo contenido, significado o sentido. Los acontecimientos o eventos, unidos a las obras y el accionar del hombre, originan un cambio en un tiempo concreto que conforma el acontecer histórico.

Bajo esta mirada, el tiempo y el espacio asumen distintas características y usos según cada período histórico. El lugar refleja la realidad histórica y el accionar del hombre le otorga estructura e identidad. El espacio geográfico es sinónimo de territorio usado, y está constituido por un conjunto de obras que modifican al propio lugar, recrean las condiciones ambientales y sociales, redefinen cada sitio y resultan del accionar humano (Santos, 2000).

Las obras responden a las condiciones sociales y técnicas presentes en cada momento histórico, y testimonian la acción antrópica. Existe una relación entre el valor de la acción y el valor del lugar donde se realiza la intervención, dado que en cada momento histórico hay un conjunto de posibilidades para producir y hacer, que se manifiestan en un lugar, determinando su configuración socio-espacial (Santos, 2000). Por tanto, el espacio geográfico recibe y refleja las acciones del hombre sobre las formas físicas originales.

La configuración socio-espacial permite entender el pasado y el presente de un lugar. Según Santos (2000), en cada momento, un lugar recibe determinadas acciones producto de ciertos actores, que le brindan forma e identidad. En cada lugar, el devenir social permite distinguir períodos diferentes, que remiten a las características compartidas en el presente y en el pasado. El tiempo en que se realizan las acciones y el peso de los

actores en cada momento histórico, adquieren características propias y distintivas, planteando diferentes usos del tiempo social reflejados sobre un mismo espacio, que reúne las obras y múltiples posibilidades de usos del territorio.

Santos (2000) plantea el concepto de período histórico, como sinónimo de tiempo transcurrido donde se comparten eventos y existencias, cuya heterogeneidad revela la disparidad de los actores al usar el territorio. En palabras de Silveira (2008), el período histórico es el conjunto de posibilidades reales a disposición de los actores que viven en ese momento en un determinado lugar. Ortega Valcárcel (2000) afirma que cada sociedad construye una cultura del espacio, y se manifiesta en la forma de orientar, ordenar describir y establecer relaciones entre los elementos que constituyen un territorio; y genera un saber sobre el espacio que surge del proceso de transformación de la naturaleza inherente a la propia reproducción social.

Bajo esta perspectiva de análisis, los sitios, lugares y territorios forman parte de un espacio de relaciones, cuyo centro está representado por el núcleo de la comunidad, que posee una localización específica y forma parte de la representación mental compartida por la comunidad social. Este análisis es posible de aplicar para explicar la evolución del espacio turístico, problemática de interés de la Geografía del Turismo. Entre los geógrafos que analizan el tema, se destaca el modelo diacrónico propuesto por Michael Chadeffaud (citado en Callizo Soneiro, 1991) que considera la interacción sistémica entre la demanda social (mito), la oferta (producto) y el territorio (proyección de la sociedad). El mito refiere al mensaje transmitido (conjunto de representaciones mentales nacidas de textos, iconografías, fotografías, palabras subliminales), que mientras mantenga su poder no será reemplazado por otros, conservando las representaciones de la demanda. La oferta se corresponde con la imagen transmitida del destino turístico (estructuras de alojamiento, transporte, equipamiento recreativo). Por tanto, el espacio turístico es la proyección de la sociedad global sobre un territorio, combinando el espacio material (planta turística) implantado sobre un espacio físico y el espacio inmaterial producto de las imágenes que definen al mito (Callizo Soneiro, 1989).

La propuesta de Chadeffaud contempla el análisis de la evolución de un destino turístico aplicando las etapas del ciclo de vida planteadas por Butler (1980): surgimiento, creación, madurez, obsolescencia y reconversión del destino, donde se manifiesta un nuevo significado al lugar. Bajo esta perspectiva y en base a la definición del espacio propuesta por Santos (2000), se analiza la evolución urbano-turística del territorio litoral del área fundacional de Mar del Plata (delimitada por Avenidas Colón, Independencia, Libertad y Boulevard Marítimo), aplicando los principios de la Geografía del Turismo a partir de la identificación de los lugares, actores, mitos y obras de equipamiento e infraestructura, que a través del tiempo permiten comprender el proceso de transformación territorial y su actual conformación urbano-turística producto de la intervención antrópica.

La ponencia constituye un informe de avance de la investigación “Turismo y Desarrollo Territorial en destinos costeros. El caso del partido de General Pueyrredon”, que está desarrollando el Grupo Turismo Territorio Espacios Naturales y Culturales, del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Marco teórico de referencia

La Geografía es la ciencia que estudia el medio natural (Geografía Física) y los fenómenos producidos por el ser humano en la Tierra (Geografía Humana), considerando las interrelaciones que se dan entre ambos. En palabras de Santos (2000), la preocupación

de la Geografía se centra en el estudio del espacio geográfico, entendido como una totalidad estructural formada por el conjunto de objetos y acciones.

La relación entre los elementos del ambiente natural, como el impacto morfológico originado por el turismo en los paisajes preexistentes a la implantación turística, fue preocupación de la investigación científica, originando una rama de la Geografía especializada en el Turismo. En palabras de Vera Rebollo *et al.* (1997, pp. 48) ... “la Geografía ha sido a menudo pionera en abrir caminos de investigación sobre los nuevos fenómenos sociales; sin embargo, la Geografía del Turismo ha aparecido tardíamente, a pesar de que esta ciencia ha estado indirectamente afectada o interesada por el fenómeno turístico desde el segundo tercio del siglo XX”.

Los primeros estudios sobre cuestiones turísticas aparecen en descripciones regionales, originando la Geografía Turística centrada en la descripción de los lugares y atractivos, donde prevalece el estudio del ambiente y los paisajes naturales, sin considerar las relaciones sociedad-naturaleza, analizadas por la Geografía Social. A partir de la década de los años setenta, los geógrafos europeos orientan sus aportaciones hacia aproximaciones teórico-conceptuales y sistematizaciones generales. Para Lozato Giotart (1990), la Geografía del Turismo comprende el estudio de las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas, que surgen del proceso de transformación territorial (del espacio contemplado al consumido) analizando los factores que intervienen para lograr el desarrollo turístico.

Para Pearce (1988), la Geografía del Turismo analiza los patrones de distribución espacial de la oferta y demanda (centros receptores y emisores), la geografía de los centros vacacionales (diversidad y acondicionamiento del lugar), los movimientos y flujos turísticos (movilidad espacial), el impacto del turismo y los modelos de desarrollo del espacio turístico.

Según Cazes (1992), la Geografía del Turismo se basa en el estudio de la distribución, comportamiento espacial de la demanda, movilidad y medios de desplazamientos, flujos y conjuntos espaciales, fenómenos de difusión y distinción, estrategias de localización, problemática de distancias; la producción espacial turística imaginaria (representación, percepción) y material (formas, diversidad espacial, modelos y técnicas de ordenación, paisajes construidos, espacialización de productos); y la articulación espacial del sistema turístico con el sistema local, modalidades de implantación del turismo en el territorio, procesos de turistificación, puesta en valor de recursos y lugares turísticos.

El significado del concepto turistificación refiere al proceso de la valorización turística del recurso natural través de su puesta en valor, representado por el conjunto de obras de equipamiento e infraestructura que favorecen el desarrollo de la actividad. El análisis de la dimensión espacial del turismo a escala local se centra en la identificación y práctica de los actores o protagonistas del proceso de construcción del espacio turístico y las obras que transforman los aspectos paisajístico-morfológicos. Los procesos de ocupación territorial, usos del suelo y acondicionamiento del espacio turístico generan una transformación en el ambiente original, en la economía del lugar y en la estructura social productiva.

El acondicionamiento del espacio litoral origina una rápida transformación territorial, social y económica, donde las actividades tradicionales ceden lugar a los modelos de implantación que impone el turismo, se acelera la urbanización y configura la especialización turística. Se produce una expansión territorial y modificación del uso de suelo en las zonas rurales y urbanas preexistentes. En palabras de Vera Rebollo *et al.* (1997, pp. 93) ... “La actividad urbano-turística se convierte en el factor polarizador y dinamizador de las economías locales del litoral y su expansión queda condicionada a las

posibilidades y disponibilidades de suelo (reducido interés agrícola, proximidad al mar), oportunidades de mercado (crecimiento de la demanda) y desarrollo de infraestructura”.

Para Lozato Giotart (1990), el aspecto espacial del turismo constituye un rasgo fundamental de las necesidades de recreación del mundo contemporáneo. En particular, el turismo en espacio litoral conforma un área de recreo apta para las prácticas helio-balneotrópicas y deportivas. Según Vera Rebollo *et al.* (1997), desde la mirada geográfica constituye un área muy dinámica, donde existe una fuerte interrelación entre los ecosistemas terrestres y marinos, con presencia de recursos naturales que inciden en la localización espacial del turismo y permiten diferenciar entornos configurados por la función turística.

Metodología

La investigación adopta una tipología exploratoria y descriptiva; basada en el método geo-histórico, definiendo diferentes etapas de evolución del espacio litoral turístico que permiten comprender el proceso de turistificación. Se combinan las propuestas de Butler (1980), Chadeaud (1987) y Santos (2000), que permiten identificar distintos períodos (surgimiento, creación, madurez, obsolescencia y reconversión del destino), considerando los lugares, actores, mitos, las obras de equipamiento e infraestructura, para comprender el proceso de transformación territorial del espacio original (contemplado y valorado por sus recursos naturales), al actual (construido o intervenido por la acción antrópica) siguiendo la propuesta de Lozato Giotart (1990). Se aplica una metodología de tipo cualitativa, basada en la recolección de datos que surgen de descripciones y observaciones, con el propósito de reconstruir la realidad y comprender el contexto como un fenómeno social complejo.

Se aplican diferentes técnicas de recolección de datos: entrevistas a informantes calificados, observación, revisión de documentos, análisis crítico y cruce entre documentos oficiales (marcos normativos), revistas y prensa de época, fotografías, discusión de la información, análisis semántico y de discursos cotidianos, biografías, revisión de archivos, grabaciones en audio y/o video, fotografías y consulta a sitios web de organismos oficiales de turismo.

Resultados y conclusiones

El análisis e interpretación de los datos recolectados, a través de las fuentes consultadas, propone una discusión centrada en los aportes de la Geografía del Turismo para la comprensión del espacio turístico y el proceso de turistificación del territorio litoral en el área fundacional de Mar del Plata, contemplando su evolución urbano-turística a través de cuatro momentos: a) Surgimiento (usos del suelo); b) Creación (conformación socio-espacial, relación entre expectativas de la demanda y componentes de la oferta: mito y producto); c) Madurez (expansión, complejización y consolidación de la estructura funcional: oferta de alojamiento, transporte y actividades recreativas); y d) Obsolescencia y reconversión del destino (resignificación manteniendo los componentes simbólicos y míticos).

Desde la Geografía del Turismo se explica el proceso de turistificación, que implica considerar la transformación del territorio litoral original y los cambios que introduce el accionar del hombre generando un nuevo territorio consumido o construido, donde en ambos casos el espacio está presente y la acción antrópica se manifiesta a través de las diferentes maneras de intervención, urbanización y reordenamiento territorial. El territorio litoral del área fundacional de Mar del Plata refleja las mayores transformaciones territoriales que evidencian el devenir urbano-turístico del balneario a la ciudad actual.

Referencias bibliográficas

- Butler, R. (1980). The concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. Canadá: Canadian Geographer.
- Callizo Soneiro, J. (1989). El espacio turístico de Chadefaud, un entrevero teórico: del historicismo al materialismo dialéctico y el sistemismo behaviourista. En Revista Geographicalia. Nueva Época. Número 26. Pág. 37-44.
- Callizo Soneiro, J. (1991). Aproximación a la Geografía del Turismo. España: Síntesis.
- Cazes, G. (1992). Tourisme et Tiers-Monde, un bilan controversé: Les nouvelles colonies de vacances? Tomo II, L'Harmattan, colección Tourismes et Sociétés, Francia.
- Lozato Giotart, J. P. (1990). Geografía del Turismo – Del espacio contemplado al espacio consumido. España: Masson.
- Ortega Valcárcel, J. (2000). Los horizontes de la Geografía. España: Ariel S.A.
- Pearce, D. (1988). Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográfica. México: Trillas.
- Santos, M. (2000). La naturaleza del espacio. Técnica y Tiempo. Razón y Emoción. España: Ariel.
- Silveira, M. L. (2008). De la Geografía de la existencia a los circuitos de la economía urbana. Argentina: Universidad Nacional del Sur.
- Vera Rebollo, F.; López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M. y Antón Clave, S. (1997). Análisis territorial del turismo. Una nueva Geografía del Turismo. España: Ariel S.A.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

FRAGMENTACIÓN E INTEGRACIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. DEL CAMINO COSTANERO A LA RUTA PROVINCIAL N° 11 – INTERBALNEARIA

Graciela Benseny- gracielabenseny@gmail.com
Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras clave: Turismo Litoral, Fragmentación e Integración Territorial, Corredor Turístico, Ruta Provincial N° 11–Interbalnearia, Provincia de Buenos Aires (Argentina).

Introducción

En la historia de la República Argentina, la provincia de Buenos Aires constituye un territorio codiciado por sus recursos naturales y estratégico por su posición geográfica, que le permitió ocupar un lugar de primacía desde el período colonial hasta nuestros días. A través del tiempo, el espacio geográfico provincial es testigo de momentos de fragmentación e integración territorial, en busca de la conformación socio-espacial.

La provincia de Buenos Aires ocupa un lugar central en el país. Desde la mirada geográfica, predomina el relieve plano (llanura Pampeana), con pendiente Oeste-Este, interrumpido por la presencia de dos cordones serranos (Sistemas de Tandilia y Ventania). En su interior domina la pradera e integra parte de la zona productora agrícola-ganadera. Presenta diferentes recursos hídricos: ríos, lagunas, humedales, bordes fluviales y marítimos.

El borde fluvial Paraná-Plata combina dos ambientes diferentes. El nordeste se caracteriza por la presencia del delta del Paraná, con islas formadas por la acumulación de sedimentos arrastrados por el río; y en el extremo oriental predominan las costas bajas, vulnerables a la inundación, coincidiendo con la prolongación de la llanura pampeana de escasa altura bañada por el río de La Plata. El borde marítimo comienza en Punta Rasa y se extiende hacia el sur, hasta el límite con la provincia de Río Negro; a lo largo de 1200 km de extensión alternan barreras medanosas con playas de suave pendiente, costas altas acantiladas y algunos sectores rocosos donde afloran las estribaciones del sistema serrano de Tandilia.

En palabras de Vega (1995), la barrera medanosa de la costa Atlántica presenta dos cordones con características ambientales diferentes; el cordón oriental inicia en Punta Rasa y desaparece en la laguna de Mar Chiquita, tiene un ancho que oscila entre 3 y 5 km decreciendo de norte a sur, con disposición transversal y médanos con forma parabólica, presenta marcada intervención antrópica como consecuencia de un proceso de urbanización iniciado en el siglo XX. El cordón austral se extiende desde el sur de Mar del Plata hacia Pehuen-có, adopta una forma discontinua y posee menor ancho. A lo largo de toda su extensión, la dinámica de la barrera medanosa ha sido alterada a partir de la valorización turística del espacio litoral, a través de obras de fijación, forestación, nivelación, urbanización e impermeabilización que altera el drenaje de los médanos y origina una compleja problemática ambiental, acentuando la erosión costera, escasez o contaminación de aguas subterráneas y anegación del sustrato sedimentario.

Desde la mirada turística, la costa de la provincia de Buenos Aires posee recursos patrimoniales y constituye un escenario de relevancia para la actividad turística. El litoral nordeste bordea la ribera del sistema Paraná-Plata originando el Corredor Fluvial

enlazado por la Ruta Nacional N° 9 (Ciudad Autónoma de Buenos Aires-San Nicolás); la costa oriental comprende desde el norte de la Bahía de Samborombón y el sector marítimo comunicado por la Ruta Provincial N° 11 (La Plata-Mar del Sud); y la fachada atlántica austral está conectada principalmente por la Ruta Nacional N° 3 (hacia Carmen de Patagones). De manera particular, el tramo de la Ruta Provincial N° 11 que vincula Punta Rasa hasta la laguna de Mar Chiquita, coincide con la barrera medanosa oriental, registra un marcado proceso de fragmentación territorial como consecuencia del surgimiento de localidades marítimas especializadas en la actividad turística, vinculadas e integradas formando el Corredor Turístico Marítimo enlazado por la Ruta Provincial N°11 – Interbalnearia.

El trazado del sistema vial provincial favoreció el surgimiento de corredores, que permiten el acceso y la integración de espacios y centros turísticos, cuya atractividad y condiciones escénicas propician la conexión, complementación e integración de destinos. En palabras de Boullón (1997, pp. 80-81) se considera como corredor turístico “las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico”.

En función de las características reseñadas de la provincia de Buenos Aires, se aspira analizar el proceso de fragmentación socio-territorial que origina los partidos marítimos de la provincia de Buenos Aires y de integración a través del Corredor Turístico Marítimo de la Ruta Provincial N°11-Interbalnearia. Para ello, se indaga el origen y actualidad de la ruta, semejanzas y diferencias en el devenir urbano-turístico de los partidos que conforman el corredor turístico, para luego reflexionar sobre las consecuencias ambientales producto del proceso de antropización del territorio litoral.

La ponencia constituye un informe de avance de la investigación “Turismo y Desarrollo Territorial en destinos costeros. El caso del partido de General Pueyrredón”, que está desarrollando el Grupo Turismo Territorio Espacios Naturales y Culturales, del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Marco teórico de referencia

Con la llegada de Pedro de Mendoza y Juan de Garay, y las respectivas fundaciones de Buenos Aires, se inicia un proceso de conquista y colonización que se consolida y expande formando el Virreinato del Río de La Plata (1776). Las ideas de emancipación propician el surgimiento de un gobierno independiente de la corona española (1816), comienza una etapa que impone un nuevo orden social, político y económico. El siglo XIX es testigo de un proceso de ocupación del territorio de la provincia de Buenos Aires, marcado por la conquista de la tierra y entrelazada con diferentes actores que propician el surgimiento de nuevos asentamientos al sur del río Salado.

La necesidad de incorporar nuevas tierras al circuito productivo, junto a las prácticas de la ganadería extensiva, generó un conflicto con los pueblos originarios. A partir de la segunda década del siglo XIX, con la fundación del Fuerte Independencia (1823, actual ciudad de Tandil) y la Ley de Enfiteusis (1826) por la cual se entregaron tierras en usufructo y en propiedad a militares de distintas épocas y a grandes propietarios consolidados como terratenientes (Banzato *et all.*, 2012), se expanden las fronteras hacia el sur. Años más tarde, bajo la presidencia de Nicolás Avellaneda, continúa el avance sobre las tierras de los pueblos originarios a través de un sistema de fortines, y bajo el mando de Julio Argentino Roca se implementa una agresiva estrategia ofensiva para extender los límites hacia el oeste.

A fines del siglo XIX el proyecto nacional fomentaba la fundación de pueblos en la provincia de Buenos Aires sobre la ribera fluvial (desde Buenos Aires a San Nicolás) y en el interior en las proximidades de las zonas agrícolas, donde su crecimiento estaba ligado a la llegada del ferrocarril (Mercedes, Chivilcoy, Azul). En 1888 se prolonga el ramal del Ferrocarril del Sud desde Maipú a Mar del Plata, debido a su condición de balneario vinculado fuertemente a la élite porteña. La extensión de las vías férreas adoptó un diseño tentacular y centralizado, partiendo desde la ciudad de Buenos Aires y significó una nueva forma de integración del territorio interior de la provincia (Benseny, 2011).

La crisis del modelo agro-exportador de 1930 implicó buscar nuevas estrategias económicas, donde la valorización de la zona costera de las grandes estancias originó un proceso de fragmentación territorial y propició el surgimiento de loteos con fines urbano-turísticos, cuya fundación resulta de un trámite administrativo para cumplir con la normativa vigente (Ley N° 3487/13). Según Bertoncello (1993), se consolida un sistema de asentamientos sobre el territorio litoral, localizados en tierras improductivas para la actividad agrícola-ganadera, eventualmente utilizadas por las familias propietarias como lugar de esparcimiento estival, conformando nuevos territorios para los desarrolladores, donde el turismo encuentra su potencialidad. En algunos casos detrás de la figura de un promotor, una sociedad anónima y/o un grupo de amigos adquieren el borde marítimo de las estancias, escasamente productivo e intensamente atractivo para el desarrollo inmobiliario, creando nuevos escenarios para el turismo de sol y playa.

El siguiente siglo es testigo de una revalorización del territorio litoral, que sumado al inicio del trazado del Camino Costanero uniendo La Plata con Mar del Plata (1932), el auge del transporte automotor, el debilitamiento del sistema ferroviario, el hábito de vacacionar frente al mar, la incorporación del automóvil particular como modo de desplazamiento, la posesión de una casa de veraneo o segunda residencia, favorecen el desarrollo de emprendimientos inmobiliarios en la costa atlántica bonaerense.

A partir de la década de los años treinta comenzó un proceso de ocupación intensivo como producto de la revalorización del borde marítimo de los Partidos de General Lavalle y General Madariaga. Ambos partidos comparten aspectos geográficos similares, se asientan sobre una barrera de médanos con frente al litoral marítimo bonaerense, sufren un proceso de forestación, seguido de una urbanización turística basada en el uso recreativo y vacacional del espacio costero. Cuarenta años más tarde, se consolidan nuevos asentamientos urbano-turísticos y generan un nuevo proceso de fragmentación territorial.

El Camino Costanero se transforma en la Ruta Provincial N° 11-Interbalnearia, integra y constituye el límite occidental de las nuevas localidades. En 1978 se fragmenta el borde marítimo de los Partidos de General Lavalle y General Madariaga, surgiendo los Municipios Urbanos de La Costa, Pinamar y Villa Gesell (Decreto-Ley N° 9024/78). Cinco años más tarde, se sustituye la denominación por Partidos de La Costa, Pinamar y Villa Gesell (Ley Provincial N° 9949/83). En la actualidad (2022), la Ruta Provincial N° 11-Interbalnearia constituye un corredor turístico que integra las localidades de la costa atlántica bonaerense y conforma el principal escenario del turismo de sol y playa para el mercado nacional.

Metodología

La investigación adopta una tipología exploratoria y descriptiva; asume un enfoque histórico y una metodología de tipo cualitativa, basada en la recolección de datos que surgen de descripciones y observaciones, con el propósito de reconstruir la realidad y poder comprender el contexto como un fenómeno social complejo. Entre las técnicas de recolección de datos aplicadas se destacan: observación, revisión de documentos, análisis

crítico y cruce entre documentos oficiales (marcos normativos), revistas y prensa de la época, fotografías, discusión de la información, análisis semántico y de discursos cotidianos, interacción con las comunidades, entrevistas, biografías, revisión de archivos, fotografías y consulta a sitios web de organismos oficiales de turismo.

La ponencia se enmarca en los postulados de la Geografía del Turismo, basada en el estudio del fenómeno turístico en la investigación geográfica. Bajo una visión generalista e histórica se analiza el proceso de fragmentación socio-territorial en el sudeste bonaerense y su posterior integración a partir del trazado del Camino Costanero (actual Ruta Provincial N° 11-Interbalnearia) que propició el surgimiento de nuevas urbanizaciones turísticas. Para el análisis territorial se aplica la metodología propuesta por Almeida García (2010), basada en la historia, el ambiente y red de asentamientos, la morfología de la trama y el modo de ocupación del espacio, y la organización funcional (sistema productivo, relacional y de influencia); incorporando las pautas de desarrollo de la urbanización, el uso turístico (preexistente o nuevo), y la responsabilidad del agente promotor en la conformación espacial. Se indagan conceptos y fuentes que permiten la comprensión del turismo, las interrelaciones entre la actividad turística y los procesos de fragmentación e integración territorial.

Resultados y conclusiones

La costa marítima bonaerense reúne un complejo sistema de centros urbanos consolidados en base al turismo, que generaron profundas transformaciones territoriales a partir de los cambios en la percepción del territorio litoral y en el uso del suelo. El proyecto de ciudad pampeana promovida durante el siglo XIX basado en la expansión de las vías férreas, derivó en el surgimiento de balnearios transformados en urbanizaciones turísticas, despoblando los núcleos agrarios y sobrevalorando la inhóspita costa. El siguiente siglo es testigo de una revalorización la zona costera, favorecida por el trazado del Camino Costanero, el fortalecimiento del transporte automotor y debilitamiento del sistema ferroviario, el hábito de vacacionar frente al mar y la segunda residencia, propician el desarrollo de emprendimientos inmobiliarios surgiendo localidades marítimas especializadas en el turismo de sol y playa.

Como rasgo arquitectónico compartido predomina la densificación de servicios y la construcción en altura sobre la primera línea de playa, donde el accionar de los urbanizadores no logra armonizar las condiciones ambientales con los requerimientos económicos. Prevalece una marcada expansión del ejido urbano, acompañada por una creciente demanda de espacio que contempla diferentes usos de suelo.

Se agudizan los problemas ambientales debido a la expansión de las urbanizaciones turísticas, las obras de equipamiento e infraestructura de apoyo al uso recreativo, la nivelación e impermeabilización de médanos, la falta de escurrimiento hídrico, la intrusión de agua salobre en la napa freática, la contaminación del acuífero, la sobreexplotación del recurso playa y una marcada erosión especialmente en la zona céntrica de las localidades, que evidencia la alteración de la dinámica costera debido a la pérdida de equilibrio entre el sistema de médanos y la playa, como producto de los emprendimientos inmobiliarios.

Durante la década de los años setenta del pasado siglo, las nuevas urbanizaciones turísticas localizadas en el borde costero consolidan su estructura y se separan de los partidos originales, conformando unidades con jurisdicción propia: La Costa, Pinamar y Villa Gesell. La Ruta Provincial N° 11-Interbalnearia constituye el eje integrador del espacio turístico de la costa atlántica bonaerense, a los cuales se suman los partidos consolidados de Mar Chiquita, General Pueyrredon y General Alvarado. Conforman el

principal escenario para el turismo de sol y playa, con fuerte presencia de demanda nacional.

Referencias

a) Bibliográficas

- Almeida García, F. (2010). Transformaciones territoriales en la Costa del Sol Oriental. Análisis territorial y urbanístico. Servicio de publicaciones. España: Universidad de Málaga.
- Banzato, G.; Infesta, M.; Valencia, M. (2012). Expansión de la frontera, tierra pública y formación de las elites en la provincia de Buenos Aires, 1780-1880 (En línea). Trabajo presentado en 54° Congreso Internacional de Americanistas "Construyendo diálogos en las Américas", 15 al 20 de julio de 2012, Viena, Austria. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1656/ev.1656.pdf.
- Benseny, G. (2011). La zona costera como escenario turístico. Transformaciones territoriales en la costa atlántica bonaerense, Villa Gesell (Argentina). (Tesis Doctoral), Universidad Nacional del Sur, Argentina.
- Bertoncello, R. (1993). Configuración socio-espacial de los balnearios del Partido de La Costa – Provincia de Buenos Aires. Argentina: EUDEBA.
- Boullón, R. (1997). Planificación del Espacio Turístico. España: Trillas.
- Vega, M. (1995). Diagnóstico Ambiental de la Provincia de Buenos Aires. Tomo I, Aspectos Básicos. Argentina: Editorial Banco de la Provincia de Buenos Aires.

b) Documentales

- Ley de Enfiteusis (1826).
- Ley N° 3487/13 (Fundación de pueblos).
- Ley N° 3958/28 (Estudios sobre construcción de un camino costanero en el litoral fluvial y marítimo).
- Decreto-Ley N° 9024/78 (Creación Municipios Urbanos de La Costa, Pinamar y Villa Gesell).
- Ley Provincial N° 9949/83 (Sustitución de la denominación por Partidos de La Costa, Pinamar y Villa Gesell).

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

VÍNCULOS ENTRE TURISMO, RECREACIÓN Y BIODIVERSIDAD EN EL SECTOR SERRANO SUR DE TANDIL (BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Silvia Valenzuela- sivale@fch.unicen.edu.ar
Aldo Ramos- aldogramos@fch.unicen.edu.ar
Marcela, Galar- mgalar@fch.unicen.edu.ar
Luciana Diéguez - dieguezluciana@gmail.com
Verónica, González- veronicagonzalezg@gmail.com
Mariela, Safita - marielasafita@gmail.com
Gonzalo, Schneider- gonzasch95@gmail.com
Ana Suarez- asuarez@fch.unicen.edu.ar

CINEA, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Palabras clave: Tandilia- Sierras- Antrópicas- Ocio- Urbanización.

Introducción

La biodiversidad o diversidad biológica comprende la diversidad genética dentro de cada especie, la diversidad específica (variedad de especies), y la diversidad ecosistémica (Houston, 1994). La misma sufre numerosos impactos a partir de determinadas actividades y usos realizados por la sociedad. Considerando esto, el objetivo del trabajo es describir los componentes de la biodiversidad, establecer su relación con la actividad turística y determinar los impactos que el turismo produce sobre la diversidad biológica en el sector serrano sur de Tandil.

El área de estudio ha sufrido importantes cambios producto del avance urbano y el desarrollo de la actividad turística, por lo que se considera necesario analizar las consecuencias de estos fenómenos sobre la biodiversidad.

Marco teórico

La amenaza más importante a la biodiversidad es la alteración y la pérdida de hábitats, ambas producidas por el crecimiento poblacional y las actividades humanas (deforestación, conversión en tierras agrícolas y de pastoreo, industrialización, urbanización, turismo). Los patrones de uso de la tierra generan la fragmentación de hábitats. La reducción del hábitat, el aislamiento y el incremento del área de borde de los fragmentos resultantes de este proceso, tienen importantes consecuencias negativas sobre la riqueza de especies, la distribución, las actividades, el crecimiento y regulación de las poblaciones, las interacciones entre las especies y los procesos de un ecosistema (Fahrig, 2003, Wilson *et al.*, 2016). Las especies exóticas, introducidas por el hombre (voluntaria o involuntariamente), si se convierten en invasoras pueden alterar características ecológicas (Mack *et al.*, 2000).

El valor de la biodiversidad reside, por un lado, en los beneficios económicos que las especies brindan a la humanidad, ya que constituyen recursos que son consumidos para una gran variedad de actividades humanas. Otro valor de las especies es aquel relacionado con los servicios ecosistémicos, que constituyen valores intangibles para la sociedad y en donde las especies son partícipes esenciales de los procesos de un ecosistema. Es por esto, que según Huston (1994) la biodiversidad en todas sus manifestaciones es un componente esencial de la calidad de vida del hombre. La biodiversidad también tiene un valor ético. El ser humano tiene derecho a hacer uso de la

biodiversidad, y está obligado a respetar a las demás especies, es por esto que toda acción del hombre que ponga en peligro la supervivencia de otra especie es éticamente inaceptable (Crisci *et al.*, 1993). De lo expuesto se desprende la importancia de la conservación de todos los componentes de la biodiversidad.

En la provincia de Buenos Aires, las Sierras Septentrionales (Sistema de Tandilia), que interrumpen la vasta llanura pampeana constituyen “islas” de biodiversidad donde tienen refugio especies de la flora y fauna nativa, y como tales han quedado inmersas en una matriz producto de la intensa modificación y manejo que ha hecho el hombre sobre los ecosistemas de la región, donde la actividad económica predominante es la agrícola-ganadera. Debido a su particular paisaje, que resalta en la monotonía pampeana, son un atractivo para numerosos visitantes, lo que impulsó el desarrollo de la actividad turística aumentando la presión hacia el sistema natural.

Metodología

El área de estudio se delimitó a partir de una imagen de Google Earth (Fig. 1).

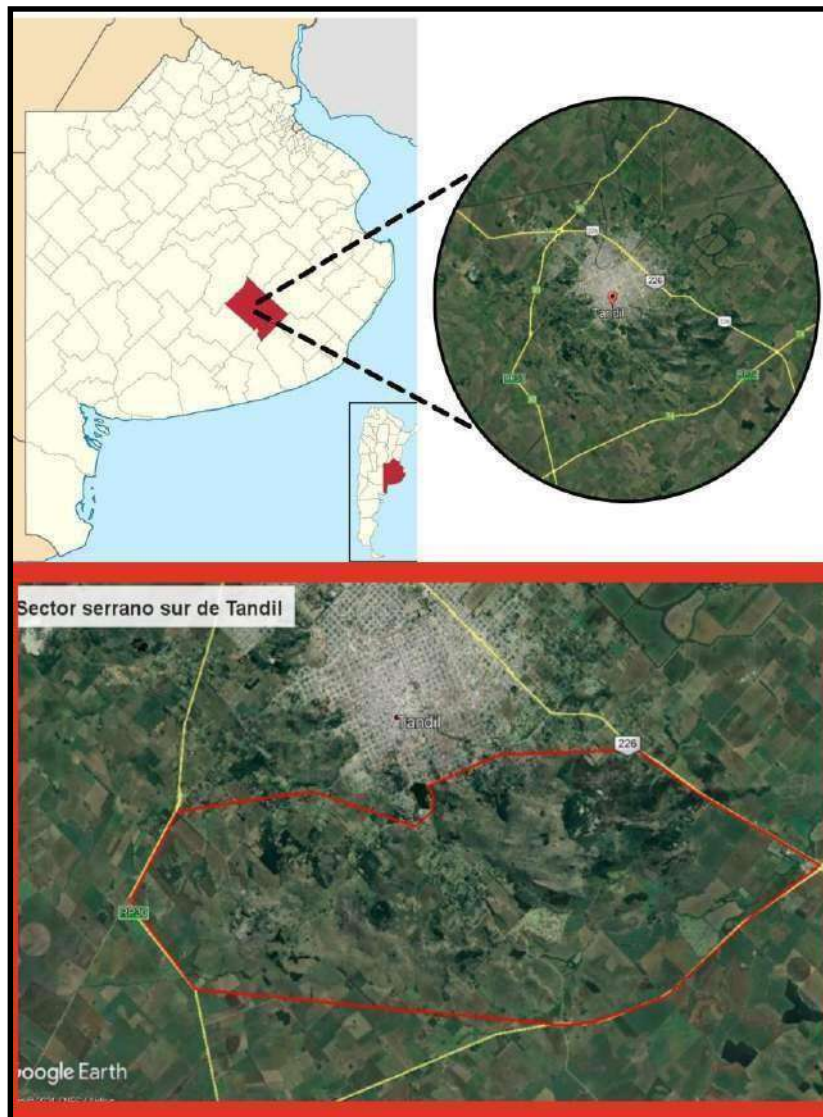


Figura 1. Tandil y sector serrano sur de Tandil. Elaboración. G. Schneider

La descripción de la biodiversidad se realizó a partir de un análisis bibliográfico (Sota de la, 1967; Frangi, 1975; Pose y Kristensen, 2010; Kacoliris *et al.*, 2013; Kristensen *et al.*, 2014; Lavornia *et al.*, 2016; Mezzadra, 2020). El análisis del avance urbano se realizó a partir de imágenes satelitarias disponibles en Google Earth y trabajo de campo. La información sobre la actividad turística se obtuvo a partir de 12 encuestas realizadas por Google Forms a guías de turismo matriculados, responsables de esta actividad. En la encuesta se relevaron datos sobre la cantidad de visitantes por guía, tipo de movilización o actividad realizada (caminata, bicicleta, cabalgata), tiempo de duración del trayecto recorrido, cantidad de veces por día/semana de utilización del sendero o trayecto realizado.

Resultados

El área serrana presenta una alta heterogeneidad ambiental (Sánchez y Galar, 2000), la cual origina la presencia de 13 comunidades vegetales que contienen 357 especies de plantas vasculares (Frangi, 1975). En el ambiente serrano están presentes comunidades vegetales exclusivas y características del mismo, las que se desarrollan en los afloramientos rocosos o roquedales. En estas residencias ecológicas se encuentran representantes de la flora pteridofítica vinculados con las floras austral-antártica, andino-pampeana y austro-brasileña (Sota de la, 1967). Lavornia *et al.* (2016) registraron 70 especies de líquenes en ambientes de roquedal y Kacoliris *et al.* (2013) mencionan la presencia de una especie endémica del sistema de Tandilia, la lagartija de las sierras (*Liolaemus tandilensis*) habitante también de los roquedales. Con respecto a la fauna, Kristensen *et al.* (2014) hacen mención a la presencia de 53 especies de aves relacionadas al pastizal serrano, y 134 especies de insectos efemerópteros.

Dentro de la flora nativa se encuentran endemismos como el chusco tandilense (*Nierembergia tandilensis*), que habita entre rocas, esta especie está catalogada como en peligro crítico; el llantén tandilense (*Plantago brasiliensis*), su estado de conservación es vulnerable; la chilca tandilense (*Baccharis tandilensis*), esta especie está en peligro crítico; la tunilla pampeana (*Parodia submammulosa*) que crece únicamente en suelos rocosos y está considerada como vulnerable. Para la fauna, se menciona un endemismo, el sapito de las sierras (*Melanophryniscus* aff. *montevidensis*) que vive únicamente en las sierras y utiliza los manantiales ubicados en los valles para reproducirse, es una especie catalogada como vulnerable (Kacoliris *et al.* 2013).

Esta biodiversidad se encuentra afectada por dos grupos de factores. Un primer grupo integrado por los factores que impactan y perduran en el hábitat original eliminando total o parcialmente la vegetación nativa, son los relacionados con la presencia de construcciones e infraestructura asociadas al turismo (complejos de cabañas, hotelería, gastronomía y vías de acceso a las mismas).

Un segundo grupo de factores, que constituyen impactos esporádicos y puntuales, son los generados por el uso turístico y recreativo.

Los resultados de las encuestas permiten determinar que las actividades realizadas son diversas (trekking, senderismo, carreras pedestres y de ciclismo, escalada, rappel, cabalgatas, campamentos, mountain bike y la circulación de cuatriciclos) y utilizan todos los ambientes del área serrana. Estas actividades son llevadas a cabo por 26 grupos integrados por guías, organizadores de competencias, asociaciones civiles y scouts.

En lo referido al número de participantes por salida, se evidenció una gran diferencia entre el número mínimo y el número máximo de participantes: de 12 a 16 participantes y de 200 a 500 participantes. El tiempo promedio de duración de las actividades es de 3 horas. Si se considera una misma actividad, con una misma duración de la visita, las posibilidades de impacto serán mayores cuanto más numeroso sea el grupo

de participantes. Para las actividades que implican el uso de senderos, la encuesta muestra que los responsables de conducir los grupos de visitantes utilizan siempre los mismos senderos, sin realizar una rotación de los mismos.

Conclusiones

La belleza escénica del ambiente serrano es uno de los valores de la biodiversidad y un recurso que sustenta la actividad turística, que, como toda actividad humana, genera impactos en el ambiente. Si bien el área de estudio está intervenida por otras actividades (pastoreo, gastronomía, uso residencial), por lo que podría considerarse como un ambiente “seminatural”, no deja de representar un núcleo de biodiversidad en el paisaje pampeano.

La presencia de endemismos y de especies que necesitan de un hábitat muy específico son un punto de atención para desarrollar una estrategia de conservación del ambiente serrano.

La actividad turística y el crecimiento residencial en el ambiente serrano deben ser controlados a través de un plan de manejo que incorpore los actores sociales involucrados. En este sentido, se deberían establecer límites estrictos en la ocupación de la tierra. Por su parte, los impactos que generan el uso turístico y recreativo podrían minimizarse implementando acciones de educación ambiental de manera de concientizar y sensibilizar al público en lo referido a la problemática de la conservación de la biodiversidad.

Considerando que la alteración y pérdida de hábitats son las amenazas más importantes sobre la biodiversidad, se debe implementar la gestión integral de los recursos, de manera de satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando de este modo la integridad e identidad cultural, la diversidad biológica y los ecosistemas que sostienen la vida.

Referencias bibliográficas

- Crisci, J. V., J.J. Morrone y A. A. Lanteri (1993) El Valor de la Diversidad Biológica: un Enfoque Holístico Pp. 353-360 in: *Elementos de Política Ambiental*. Goin, F. y R. Goñi (eds.) Cámara de Diputados de la provincia de Buenos Aires. La Plata. 938 pp.
- Encabo, M., Y. Mastrocola y V. Vázquez (2013) La Conservación de la Biodiversidad y los Servicios Turísticos. AUGMODUS. 5:33-46, Asociación de Universidades Grupo Montevideo ISSN:1852-2181. <http://revistas.unlp.edu.ar/domus/issue/view/86>
- Fahrig, L. (2003) Effects of fragmentation on biodiversity. *Annual Review of Ecology, Evolution and Systematics* 34: 487-515.
- Frangi, J. L. (1975) Sinopsis de las comunidades vegetales y el medio de las Sierras de Tandil (Provincia de Buenos Aires). *Bol. Soc. Arg. Bot.* 16 (4):293-319.
- Houston, M. A. (1994) Biological Diversity. The coexistence of species on changing landscapes. Cambridge Univ. Press. 681 pp.
- Kristensen, M. J., J.M. Lavernia, V. Leber, M. P. Pose, P. Dellapé, A. Salle, L. Braccalente, M. Giarratano, M. Higuera (2014) Estudios para la conservación de la Pampa austral. I. Diagnóstico de la biodiversidad local. En: CINEA (ed.): 105-117. *Estudios Ambientales* 2(1). UNCPBA.
- Kacoliris, F. P., I. Berkunsky, M. A. Velasco y A. Cortelezzi (2013) Pastizales serranos del sistema de Tandilia. *Neotropical Grasslands Conservancy, Tandil*, 32 pp.

Mack, R. N., D. Simberloff, W. M. Lonsdale, H. Evans, M. Clout y F. Bazzaz (2000) Invasiones biológicas: causas, epidemiología, consecuencias globales y control. *Tópicos en ecología* 5. 20 pp.

Secretaría de Turismo, Presidencia de la Nación- CFI. 2005. Turismo 2016. Argentina, Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.

Pose M. P. y M. J. Kristensen (2010) La retamilla, una invasora en las sierras de Tandil. *Revista Estudios Ambientales*: 183-192. CINEA. UNCPBA.

Rossini Iglesias, G. F. (2021) Análisis de la ley N° 17852 sobre contaminación acústica. *Rev. Fac. Der.* [on line], 50.

Sánchez, R. O., M. G. Mattus y L. Zulaica (1999) Compartimentación ecológica y ambiental del partido de Tandil (Provincia de Buenos Aires). Congreso Ambiental 99. San Juan.

Sánchez, R. O. y M. M. Galar (2000) Análisis comparado entre la ecodiversidad de Tandil y otras áreas de la provincia de Buenos Aires, Pp. 207-215, Contribuciones Científicas. Congreso Nac. de Geografía, 61° Semana de Geografía, Mar del Plata. GAEA, Soc. Arg. de Estudios Geográficos.

Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable-PNUD (2008) Estrategia de Turismo Sustentable en reservas de Biosfera y sitios RAMSAR de Argentina.

Smith, T. M. y R. L. Smith. (2007) *Ecología*. 6° ed. Madrid. 776 p.

Sota de la, E. R. (1967) Composición, origen y vinculaciones de la flora pteridológica de las Sierras de Buenos Aires (Argentina). *Bol. Soc. Argent. Bot.* 11: 105-128.

Wilson, M. C., X-Y. Chen, R.T. Corlett, R.K. Didham, P. Ding, R.D. Holt, G. Hu, A.C. Hughes, L. Jiang, W.F. Lawrence, J. Liu, S.L. Pimm, S.K. Robinson, S.E. Russo, X. Si, D.S. Wilcove, J. Wu, & M.Yu. (2016) Habitat fragmentation and biodiversity conservation: key findings and future challenges. *LandscapeEcology* 31: 219-227.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

EVALUACIÓN PRELIMINAR DEL POTENCIAL IMPACTO AMBIENTAL DEL TRAIL RUNNING EN EL SECTOR SERRANO SUR DE TANDIL. ARGENTINA

Silvia Valenzuela- sivale@fch.unicen.edu.ar

Aldo Ramos- aldogramos@fch.unicen.edu.ar

Marcela, Galar- mgalar@fch.unicen.edu.ar

Luciana Diéguez - dieguezluciana@gmail.com

Verónica, González- veronicagonzalezg@gmail.com

Mariela, Safita - marielasafita@gmail.com

Gonzalo, Schneider- gonzasch95@gmail.com

Ana Suarez- asuarez@fch.unicen.edu.ar

Luisina Campo- licenciada.luisinacampo@gmail.com

*CINEA, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la
Provincia de Buenos Aires*

Palabras clave: Turismo- Deporte- Carreras- Patrimonio natural.

Introducción

Las áreas serranas se convierten en atractivo para la práctica de actividades deportivas y recreativas, por tratarse de espacios poco intervenidos. En este trabajo el objetivo fue analizar las prácticas de los organizadores de las competencias deportivas, en el ámbito de las sierras de Tandil. Para la metodología, se identificaron los actores sociales que utilizan el sector serrano sur de Tandil a partir de listados de prestadores de servicios u organizadores de eventos deportivos. Se seleccionaron cuatro carreras: Adventure Race, Tandil Adventure, K21 Salomon y Tandil Ultra Trail, en función de la cantidad de inscriptos y de la trayectoria en el tiempo desde sus inicios. Se complementó el trabajo de campo a partir de fuentes primarias (entrevistas semiestructuradas a informantes calificados) y secundarias, como sitios web de las carreras y notas en los medios locales.

Dado el creciente auge de este tipo de eventos, se cree necesario someter las carreras de trail running, a procesos de evaluación de impacto ambiental que involucre tanto a los organizadores, patrocinadores, instituciones públicas y privadas, corredores y público en general, para lograr un comportamiento sostenible. Y, además se espera que pueda servir de base, para replicar en otros ámbitos donde se desarrollen este tipo de eventos.

Marco teórico de referencia

Los vínculos entre turismo y deporte tienen larga data y como explican Latiesa y Paniza (2006:134) “cuando el Comité Olímpico Internacional (C.O.I) y la Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) suscribieron un acuerdo de cooperación a finales del año 1999, ambas instituciones declaran de manera explícita la importante relación que existe hoy día entre el turismo y el deporte”; dejando claro el nivel de interrelación.

Si bien existen varias definiciones de turismo deportivo, Standeven y Knop (1999), Ritchie y Aldair (2002), Pigeassou (2004), Deery, Jago y Trendline (2004) y Kurtzman (2005) dan cuenta que son aquellos viajes que tienen como motivación principal participar de forma activa o pasiva de eventos deportivos competitivos y organizados.

Dentro de los tipos de deportes que se practican, asociados al turismo, se destacan las carreras de aventura o trail running, las cuales contemplan circuitos a través de montañas, sierras o montes, cruzando cursos de agua, con grandes ascensos y descensos.

Por las características mencionadas, este tipo de carreras tienen un vínculo muy fuerte con el medio natural, desde un punto de vista escénico, pero fundamentalmente por el nivel de obstáculos y desafíos que impone al participante. Aunque esta interrelación entre el tipo de competencia y el medio tiene como consecuencia directa el potencial impacto ambiental de cientos o miles de personas.

Como explican Farias-Torbidoni et al (2018:2-3) los impactos ambientales “no dependen de un solo aspecto, como lo podría ser las características intrínsecas de la actividad practicada (...), sino que dependen de un continuo de factores como (...) (capacidad de acogida física, social y ecológica, plasticidad o capacidad de resiliencia del medio, existencia o no de especies protegidas, presencia de ecosistemas especialmente sensibles que pueden ser afectadas, etc.), las características de los practicantes (...) o la forma en que estas son practicadas”.

Se debe tener en cuenta que en las últimas décadas, se evidenció un cambio en las tendencias de la demanda turística, donde se busca generar sensaciones y experiencias, con más variedad de servicios y sobre todo, se destaca la actitud participativa por parte del turista. Es por eso que el binomio deporte-naturaleza se adapta a este tipo de demanda, que tienen la necesidad de acercarse a nuevas personas y culturas, contactarse más estrechamente con el medio ambiente, conocer destinos nuevos, entre otras.

Conjuntamente con los cambios mencionado anteriormente, la ciudad de Tandil se ha posicionado como un espacio turístico de interés dentro de la provincia de Buenos Aires.

Es por eso, que la ciudad de Tandil, con estas condiciones orográficas y climáticas óptimas para los principales eventos deportivos, se ha convertido en un referente dentro de las carreras de trail running desde 1990 acrecentándose a partir de 2000. Es en ese momento que aparecen los diseños de los primeros circuitos, como las carreras Adventure Race y Espíritu de los Dioses.

Existen dos claros ejemplos que dan cuenta del crecimiento de la actividad en Tandil, por un lado a través del paisajes, donde han aparecido nuevas sendas aeróbicas y distintos circuitos en las sierras, los cuales pueden verse colmados de personas corriendo en cualquier momento del día, en grupo o de manera individual. Y por otro lado, según los organizadores, las carreras de trail que se desarrollan desde el 2000, convocan en mayor porcentaje de corredores de todo el país, siendo solo un 20% aproximadamente, corredores locales según la base de datos de los organizadores de carreras.

Considerando lo indicado en los párrafos precedentes, el objetivo del trabajo es analizar las prácticas de los organizadores de las competencias deportivas, en las sierras de Tandil, en relación al ambiente serrano.

Metodología

Para esta investigación se implementó una estrategia descriptiva que brinda elementos que permiten la comprensión e interpretación del tema que se aborda. Es importante destacar en este punto la ausencia de investigaciones previas, que aborden la temática del trail running y sus impactos sobre las sierras en la ciudad de Tandil.

Para el desarrollo de la misma se realizaron dos tareas, en primera instancia, la sistematización de bibliografía para la construcción del marco teórico y en segundo lugar, el trabajo de campo a partir de fuentes primarias y secundarias. En relación a las fuentes primarias, se realizan entrevistas semiestructuradas a informantes calificados, como corredores residentes, organizadores de las carreras, grupos de running y funcionarios

públicos. En cuanto a la información secundaria se recurrió a los sitios web de las carreras y notas en los medios locales.

Se seleccionaron cuatro carreras para el presente trabajo, Adventure Race, Tandil Adventure, K21 Salomon y Tandil Ultra Trail, en función de la cantidad de inscriptos que poseen, y además, por la continuidad que vienen sosteniendo desde sus inicios.

Se complementa la tarea con un registro fotográfico, mapeos (Imagen 1) y toma de notas del área de estudio, lo cual permitió describir la configuración de las carreras del trail running en la ciudad de Tandil.

Imagen 1: Localización de Tandil y área de estudio con circuitos de trail running.



Fuente:Elaboración personal en base a mapas de IGN y Google Earth

Resultados

En primer lugar se registra un aumento constante en el número de participantes desde unos 300 en las primeras carreras a 1000/1200 en las últimas ediciones, pudiendo detectar variación en la procedencia de los participantes según la carrera.

De acuerdo a la base de datos de los organizadores, la Tandil Adventure es la que más corredores locales participan, siendo un 60% de ellos oriundos de la ciudad, en cambio en la Salomon la participación local fue disminuyendo con el pasar de los años, siendo un 35% de corredores residentes, en la primera edición de 2014, disminuyendo al 16% en la última carrera realizada en 2018.

Estos números demuestran un fuerte aumento de inscriptos, y si bien en 2020 y 2021 se detuvo por la pandemia de Covid-19, en el 2022, se reiniciaron con una alta participación. Por lo tanto es necesario comenzar a indagar sobre los efectos sobre el medio natural, para poder gestionar adecuadamente el desarrollo de estas competencias.

Todas las carreras de Trail running evaluadas mantienen los circuitos, aunque han sufrido modificaciones en algunos tramos entre las distintas ediciones, por ejemplo por construcciones que se han ido realizando en la zona que requieren permisos especiales o muy costosos.

Se utilizan en su gran mayoría senderos que ya están afianzados, y en los lugares de propiedad privada se realizan senderos específicos, en todos los casos se atraviesan diversos lugares, donde se destacan los colores diferentes en invierno y verano, los terrenos, con sus pendientes que cambian todo el tiempo. Existen paisajes imponentes como, por ejemplo, el de la cantera Montecristo, que son propiedad privada, y no es

posible visitarla, pero a través de la organización de alguna de las carreras se logran los permisos necesarios para poder recorrerla y disfrutarla a través de su circuito.

En cuanto a los impactos, hay que destacar, que no se realizan estudios sobre la vegetación, suelo, agua y fauna, sólo surgen, a partir de las entrevistas realizadas, cuestiones relacionadas al tema de los residuos y la señalética utilizada para marcar el recorrido, las cuales son consideradas como ítems centrales.

Es en este sentido, que se destacan algunas medidas que aplican los organizadores para proteger el ambiente, asumiendo su compromiso a través de acciones específicas, que poco a poco se inculcan en los corredores y porque no, en otros organizadores.

Las acciones relevadas son las siguientes:

- Identificar las cintas con las que se demarcan los senderos con el nombre de la organización responsable, en lugar de utilizar una cinta de “peligro”, para que se pueda dar aviso a la organización correspondiente, en caso que quede alguna sin recolectar al terminar la carrera.
- Otra medida adoptada es la creación de zonas de hidratación, donde cada puesto tiene botellas plásticas para entregar a los corredores sin la tapa. A su vez a los cien metros aproximadamente se establece otro puesto que solicita tirarla en un bolsón. También se disponen otros bolsones durante todo el circuito para que se puedan tirar otros residuos utilizados por los corredores como geles, envoltorios de barras de cereal, restos de fruta, etc.
- También por otro lado se seleccionan trazados sobre senderos ya existentes, adaptando de esta forma la carrera a esta disponibilidad.

Conclusiones

No hay duda que el Running en la actualidad se ha impuesto como una de las mejores opciones para hacer ejercicio, teniendo a su vez como uno de sus grandes objetivos el encuentro de personas para disfrutar de una carrera al aire libre, y siendo una de sus principales características que es apto para todo público, y a su vez, puede colaborar a poner en valor el patrimonio natural de los territorios donde se celebra.

Actualmente, para organizar una carrera en la ciudad, es necesario presentar ante las autoridades municipales, a través de la Dirección de Deportes, un dossier de la misma, donde se detalle: el diseño del recorrido, los servicios de asistencia y los seguros pertinentes. Pero en ningún caso se contemplan medidas de preservación del medio natural.

En este primer análisis de las carreras de trail running en el sector serrano de Tandil es posible mencionar dos grandes resultados: en primer lugar que, hasta producida la pandemia, el número de participantes estaba en aumento constante y la reanudación de las actividades en el año 2022 demuestran también un ascenso. En segundo término, en relación a los impactos potenciales de la actividad deportiva, existe una falta de realización de evaluaciones o estudios para prevenir y/o mitigar posibles efectos sobre suelo (compactación por pisoteo e incremento del riesgo de erosión), flora (pérdida o daños a la vegetación por pisoteo), fauna (molestias a la fauna presente en el lugar) y agua, exceptuando aquellas acciones mencionadas anteriormente, que son tendientes a evitar la propagación de residuos en el sector y una iniciativa incipiente de utilizar senderos existentes. Solo se detecta en los organizadores un interés sobre la preservación del medio asociado exclusivamente el tema de los residuos, tanto antes, como durante y posterior al evento.

Por lo expuesto anteriormente y ante el creciente auge de este tipo de eventos, es razonable pensar que, en un futuro no muy lejano, se deberán someter las carreras de trail running, a alguna clase de proceso de evaluación de impacto ambiental. Pero no solo los

organizadores deben respetar el medio natural serrano, sino que se deberá sensibilizar e incluir a todos los actores involucrados, tales como patrocinadores, instituciones públicas y privadas, corredores y público en general, para lograr un comportamiento sostenible. Sumándole a las medidas ya adoptadas por los organizadores, un comportamiento ejemplar por parte de todos, dejando el lugar donde se celebra la prueba tal cual se lo ha encontrado.

Todas las acciones positivas y de respeto al medio, por más pequeñas que sean, de manera conjunta, son la clave para seguir disfrutando de las pruebas deportivas en los espacios naturales, orientando al trail running hacia la sostenibilidad.

Referencias bibliográficas

- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same?. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 235-245.
- Fariás-Torbidoni, E.I., Seguí Urbaneja, J., Ferrer, R., y V. Dorado (2018) “Carreras de trail running y marchas por montaña en España. Número, evolución e incidencia sobre la Red Natura 2000”. *Pirineos. Revista de Ecología de Montaña*, Vol. 173, e034.
- Kurtzman, J. and Zauhar, J. (2005) Sports Tourism Consumer Motivation. *Journal of Sport Tourism*, 10, 21-31.
- Latiesa, M. y Paniza, J. “Turistas deportivos: Una perspectiva de análisis”. *Sports Tourists*. Mayo-Agosto 2006, vol. LXIV, N° 44.
- Pigeassou, C., Bui-Xuan, G., & Gleyse, J. (2003). Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a New Scientific Field, *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 27- 34.
- Ramírez Hernández, O.I., Serrano Barquín, R. y Y. Palmas Castrejón (2020): “Impactos socioculturales del turismo deportivo en la comunidad de El Peñón, Temascaltepec”, *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 8 (1): 62-76.
- Ritchie, B. y Aldair, D. (2002): “The growing recognition of sport tourism”, *Current Issues in Tourism*, 5 (1): 1-6.
- Standeven, J. y De Knop, P. (1999): *Sport Tourism . United States of America: Human Kinetics*.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

TURISTIFICACIÓN EN MAR DEL PLATA. PARADOJAS EN TORNO A LAS DINÁMICAS PANDÉMICAS DE CONSUMO DE LA CIUDAD

Felipe Luis Garcia- felipe.roman2150@gmail.com

INHUS – Conicet Mar del Plata

Palabras clave: Puesta en valor- Dispositivos turísticos- Pandemia- Mar del Plata- Piazzolla.

Introducción

La temática de la ciudad ha sido considerablemente tratada desde las Ciencias Sociales. Existe una amplia aceptación acerca de la concepción de la ciudad contemporánea a partir de la circulación de flujos y de tránsitos, donde los objetos y agentes se vinculan a partir de una pluralidad de redes interconectadas. En ella, convergen variados elementos dentro de una lógica de “múltiples velocidades”, suponiendo que las prácticas sociales de los individuos transforman la experiencia que se tiene de la ciudad (Castells, 2004; Jacob, 2011). Por ello, Ramiro Segura (2015) manifiesta que la ciudad se nos presenta, al menos, en tres de sus variantes: la primera como objeto que se mira (espacio de representación); en segundo lugar, como experiencia corporal (límite del desplazamiento interior-exterior); y por último, como experiencia pública de vincularse con los otros. Pues, la referencia al estudio del antropólogo es útil para indagar la experiencia urbana como los modos de ver, hacer y sentir de la ciudad y en la ciudad. Esta experiencia constitutiva de las ciudades se clarifica cuando el *locus* deviene en un *sitio turístico*; ya que, la urbe se torna un objeto múltiple de consumo circunscripto en la estela de la producción comunicacional de espectáculos. En principio, debemos comprender que la ciudad devenida en sitio turístico implica la estandarización del paisaje y la elitización social (Muñoz, 2008). Suponiendo el advenimiento de un *sitio turístico* como producto de: la imagen como primer factor de la producción de ciudad, la necesidad de condiciones suficientes de seguridad urbana, la utilización del espacio público en términos de playas de ocio y el consumo del espacio urbano a tiempo parcial (Muñoz, 2008). Por lo tanto, examinar las configuraciones turísticas de la ciudad implica también visualizar la incorporación de estos patrones de consumo globales que regulan las trayectorias, flujos y tránsitos de imágenes que una ciudad “canaliza” y simultáneamente, cómo esto se expresa en los lazos sociales y prácticas urbanas concretas.

Entonces bien, la fundamentación de la ponencia se centra en analizar a los *dispositivos turísticos* de la ciudad de Mar del Plata durante la pandemia de COVID-19¹ con el objetivo de dilucidar su constancia en el proceso de *turistificación de la ciudad*. Partiendo del concepto de *dispositivo* como las múltiples modalidades de organización, tramas o disposiciones flexibles y móviles que no se definen desde la unidimensionalidad o cierta condición de clausura, sino que contienen la propiedad de variar de acuerdo con las condiciones del contexto o del “estado de cosas” (Agamben, 2015). La turistificación de la ciudad se centra en la exhibición espectacularizada de la urbe a los fines de ser *consumida turísticamente*. Por ende, la aplicación de este proceso contempla algunas

¹ Si bien se entiende que este abordaje conceptual posible acerca de la ciudad está en constante profundización, vale la pena destacar, que la presente ponencia está en consonancia con la investigación doctoral acerca de las estrategias publicitarias marplatenses que la reposicionan como sitio turístico.

operaciones entre las que mencionaremos: la proliferación de *no lugares* (Augé, 2007), la potencialidad de los *lugares emblemáticos* (Maffesoli, 1997; Arantes, 2016) y la *patrimonialización como recurso turístico* (Gómez Schettini, Almirón y González Bracco, 2011; Lacarrieu, 2007; Sánchez y Eguren, 2020; Rosler, 2017). Ahora bien, la definición del problema radica en detectar que este proceso de “puesta en valor” de la ciudad no es para nada homogéneo, coherente y regular, sino que por el contrario, está plagado de contradicciones y paradojas. Por tanto, nos abocaremos a un caso en particular: la ciudad de Mar del Plata². La ciudad turística del sudeste bonaerense brindó ciertas estrategias certeras para continuar con su turistificación, inclusive en plena pandemia –con su consecuente proceso de ASPO y DISPO, respectivamente-.

Marco teórico de referencia

La *razón sensible* y la *sociología vitalista* son el marco teórico conceptual en que se basa la investigación, dado que, nos permitió trazar la *jerarquización apropiada* para organizar un estudio relacional. De ello, se deriva la pertinencia por la experiencia sensible o vivencia, ya que ésta no es solamente un momento que podríamos o deberíamos superar, en el marco de un saber que se va depurando progresivamente; sino más bien, como un *factor medular del acto de conocimiento* (Maffesoli, 1997). Esta condición experiencial se encuentra inscrita en el “artefacto urbano” como una administración y gestión del devenir -de los flujos y de los tránsitos- inmanente de lo urbano en el capitalismo global. O sea, la ciudad como artefacto propicia la experiencia de una completa tecnología, que no sólo produce el devenir múltiple de lo urbano, la disposición de sus tránsitos de acuerdo con experiencias y ejercicios determinados, la flexibilidad en sus usos y especificaciones de significados, el despliegue de sus flujos, mercancías, modas, consumos, etcétera; sino que también conduce la administración de todo ello bajo la forma de una *gran tecnología de codificación de las dispersiones* (Dipaola, 2015).

Por otro lado, la *sociología vitalista* de Lash (2003) puede ser el marco más eficaz para captar la transformación espacial, cultural y virtual a la que se someten las experiencias en las ciudades contemporáneas. Pues, las transformaciones en la percepción urbana son continuamente *incentivadas* por los *dispositivos turísticos* que producen la *Ciudad-Marca*. Debido a que, la urbe mediatizada no sólo es un ícono apoyado por un slogan, sino también, una idea-fuerza performativa que se *comunica* con las experiencias y las trayectorias de la ciudad. Un claro ejemplo, se da en la permanente filmación del espacio urbano que introduce a la ciudad en una *circulación global de ciudades imaginarias*. Hay ciudades presentadas como *espacios seguros* en donde se promociona enfáticamente su dimensión turística -de un barrio en particular-. Las ciudades-marca, son concebidas y exportadas al imaginario mediante imágenes como mercancías históricas (Martínez y Sarchman, 2021). De esta manera, exponemos al *branding* o el manejo de marcas como modo de (re) valorización de las ciudades existentes. ¿Cómo se conecta el branding con las ciudades? ¿Y con la Marca Mar del Plata? Y a su vez, ¿cómo se pone en valor esa Ciudad-Marca? ¿Qué concepciones de *valor* tomamos como premisa para imaginar y planificar –después veremos las dificultades en el último eslabón: ejecutar- una revalorización de una ciudad como Mar del Plata? Y por último, ¿Cómo operó todo este andamiaje en un contexto adverso para la actividad turística como fue la reciente pandemia? A partir de estos interrogantes, estudiaremos la adecuación que ha sufrido la ciudad de Mar del Plata, como así también su capacidad de resiliencia –tan elogiada desde

² Mar del Plata se ha distinguido singularmente por sus condiciones costeras y el turismo asociado, junto con abruptas transformaciones sociales, económicas, urbanas y arquitectónicas, desde sus orígenes elitistas hasta sus aperturas ligadas a lo popular y lo masivo (Cacopardo, 2003).

el ámbito turístico-; que la volvió un epicentro insoslayable a la hora de analizar la evolución turística dentro de ese período.

Metodología

La metodología de investigación se inscribe dentro de un trabajo de investigación doctoral que abarca múltiples técnicas cualitativas que se anclan en un *principio de convergencia metodológica* que se define por “la pluralidad de métodos utilizados a fin de obtener distintos puntos de vista sobre el objeto o fenómeno bajo estudio y a partir de diversas fuentes de conocimiento” (Vasilachis de Gialdino; 1992:15). Este análisis relacional intenta asir las múltiples conexiones de sentido de un objeto de estudio dinámico como los dispositivos turísticos de la ciudad, concebido en el devenir inmanente de las redes de producciones de *experiencias* y de *lugares* que conjuntamente constituyen la producción del espacio (Lefebvre, 2013; MacCannell, 2003; Muñoz, 2008; Urry, 2008).

A los fines de la reducción pertinente que nos insta a realizar el presente formato de ponencia, nos concentramos en ciertos circuitos de la ciudad en los que se desarrollaron alternativas turísticas que promovían una distancia prudente, un contacto culto e interesado por los bienes culturales y patrimoniales; como también, una incitación a la ejercitación al aire libre y movilidad sostenible a través de la utilización de la bicicleta. Como resultado de todo este compendio de actividades nos interesamos en indagar estos tres fenómenos preponderantes de la ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredón: 1) visitas guiadas por los monumentos escultóricos; 2) Circuito turístico Astor Piazzolla; 3) la experiencia “Bici Arte” y “Bicitarte”. Para ello, haremos un relevamiento de la difusión de dichas actividades como también de las trayectorias y senderos que intentaron generar repercusión e inserción comunal mediante su impulso turístico.

Resultados y conclusiones

En efecto, arrimarnos al debate de la *turistificación de la ciudad* y sus *dispositivos turísticos*, nos pone frente a la ineludible comprensión de la estrategia que implica una *revitalización del espacio* teniendo como objetivo una “integración menos problemática”, que aspira a reconducir una síntesis del arte y la industria en una *diversidad conocida y controlada* (Marcús, 2014). De tal forma que, para las comunidades de negocios y de planificación urbana, la *cultura* no es un bien social, sino un *activo estratégico* que se puede *instrumentalizar*. Esto que se pudo percibir mediante la figura de Piazzolla o del patrimonio escultórico de Mar del Plata, en donde se manifiesta la reiterada cooptación de la esfera cultural por parte del marketing. Ahora bien, dicha captura *involucra* –pero muchas veces solapa- *la dimensión política de la ciudad como un campo de batalla* en donde los *creativos* no traigan consigo sólo un cierto entrenamiento en el *diseño* y en el trabajo con las *marcas*; sino, en la capacidad de *ocupar* herramientas tecnológicas de investigación, estrategia e implementación en espacios tanto físicos como virtuales.

En Mar del Plata se da un caso paradigmático, ya que su continua “puesta en valor” ha interrumpido sus canales tradicionales para abrir paso –pandemia mediante- a alternativas sostenibles que se venían pregonando discursivamente pero no desde una práctica ostensible. Pues, la Biarritz argentina se nos presenta como aquella ciudad que busca reconfigurarse sin desconocer su pasado, sino más bien, anhelando un imaginario reencuentro con la matriz con la que todo el turismo pospandemia intima a adecuar: distancia, cultura y exclusividad. El nuevo mantra del turismo internacional que se vanagloria de la “proximidad” y una religancia con *lo local*, pero reconvertido en una antigua plataforma que contribuye –directa o indirectamente- al alejamiento entre sus

cohabitantes. Esta mercantilización y mediatización de la cultura afectada por la era de la información y las redes sociales nos insta a reconfigurar socialmente nuestros lugares de encuentro en espacios para la exposición, la cultura visual y la “distancia social”. Por lo tanto, existe una paradoja que deberemos desandar: la proximidad y el aforo del espacio público tan ansiado por las remembranzas democráticas no sólo estuvo siendo desbaratado por las tendencias publicitarias que incitan –y sugieren con criterio algorítmico- a circular, transitar y consumir en forma vertiginosa; sino también, por cuestiones de salud y de cuidado –ya sea por la reciente pandemia o por las diversas problemáticas de densidad urbana que impactan en la Gaia- (Latour, 2017). Con lo cual, el desafío radica en *pensar en nuevas categorías* más efectivas para aprehender la exacerbada turistificación exclusiva que la pandemia ha acelerado en diversos sitios turísticos. Dado que, indagar en una nueva *interrogación política de los espacios*, nos puede permitir crear diferentes modos de ver, transitar y sentir la ciudad en la era digital. Mar del Plata, lejos de contentarse con ser el reservorio del turismo de masas de antaño, busca reconfigurarse al compás de los dispositivos turísticos –hoy: sustentables y alternativos-; por lo que, debemos acompañar dichas mutaciones con categorías y conceptos que permitan inquirir y comprender los vaivenes acaecidos.

Referencias bibliográficas

- AGAMBEN, Giorgio (2015) ¿Qué es un dispositivo? Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- ARANTES, Otilia (2016) “Gentrificación estratégica”. En FAU-UCSP. ISSN 2215-275X.
- AUGÉ, Marc (2007) Los no lugares. Espacios del anonimato. Barcelona: Gedisa.
- BRENNER, Neil (2013) “Tesis sobre la urbanización planetaria”. En NS. N° 243. Pp.38-66.
- CACOPARDO, Fernando (2003) La modernidad en una ciudad mutante. Vivienda, sociedad y territorio en la primera mitad del siglo XX. Mar del Plata: FAUD-UNMdP.
- CASTELLS, Manuel (2004) La cuestión urbana. México: S.XXI
- DELGADO, Manuel (2011) El espacio público como ideología. Madrid: Catarata.
- DIPAOLA, Esteban (2015) “Posciudades: transformaciones de las experiencias y estéticas de lo urbano desde la posmodernidad”. Revista Poliantea, 11 (20) Pp.225-247.
- FLORIDA, Richard (2009) Las ciudades creativas. Barcelona: Paidós.
- GÓMEZ SCHETTINI, Mariana, ALMIRÓN, Analía y GONZÁLEZ BRACCO, Mercedes (2011) La cultura como recurso turístico de las ciudades. El caso de la patrimonialización del Tango en Buenos Aires. En EPT. V20.
- HARVEY, David (2013) Ciudades rebeldes: del derecho a la ciudad a la revolución urbana. Madrid: Akal
- HUYSEN, Andreas (2002) En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización. México: FCE.
- JACOB, Jane (2011) Muerte y vida de las grandes ciudades. Madrid: Capitán Swing.
- JAMESON, Fredric (2012) El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado. Buenos Aires: La Marca.
- LACARRIEU, Mónica (2007) “La insoportable levedad de lo urbano”. En: Revista Eure Vol. XXXIII, N° 99, pp. 47-64.

LASH, Scott (2003) “Lebenssoziologie [sociología de la vida/vitalista]: Georg Simmel en la era de la información”. En Estudios Sociológicos (XXI), México.

LATOUR, Bruno (2017) Cara a cara con el planeta Una nueva mirada sobre el cambio climático alejada de las posiciones apocalípticas. Buenos Aires: S.XXI.

LEFEBVRE, Henri (2013) [1974] La producción del espacio. Madrid: Capitán Swing.

MACCANNELL, Dean (2003) El turista: una nueva teoría de la clase ociosa. BA: Melusina

MAFFESOLI, Michel (1997) Elogio de la razón sensible. Una visión intuitiva del mundo contemporáneo. Barcelona: Paidós.

MARCÚS, Juliana (2014) “Vos (no) sos bienvenido”. El control y la regulación del espacio urbano en la Ciudad de Buenos Aires. En SN. N 493 V15. 1-17.

MARTÍNEZ, Margarita y SARCHMAN, Ingrid (2021) *La imprevisibilidad de la técnica*. Rosario: UNR.

MONGIN, Olivier (2006). La condición urbana. La ciudad a la hora de la mundialización. Buenos Aires: Paidós.

MUÑOZ, Francesc (2008) Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales. GG.

ROSLER, Martha (2017) Clase cultural. Arte y gentrificación. Buenos Aires: Caja Negra.

SÁNCHEZ, Lorena y EGUREN, María (2020) Viviendas en torre en contextos residenciales de valor patrimonial: un dilema irresuelto. Caso Loma Stella Maris de Mar del Plata. En Arquitectos-Vitruvius, V243.05.

SEGURA, Ramiro (2015) Vivir afuera. Antropología de la experiencia urbana. UNSAM.

SIMMEL, Georg (1986) El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura. Barcelona: Península.

URRY, John (2008) La globalización de la mirada del turista. En Revista de Información y pensamientos urbanos. Barcelona Metròpolis. N° 72, pp. 48-57.

VASILACHIS DE GIALDINO, Irene (1992) Métodos cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos. Buenos Aires: CEAL.

YÚDICE, George (2002) El recurso de la cultura. Barcelona: Gedisa.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

¿TURISTIFICACIÓN EN SAN CARLOS DE BARILOCHE?

Natalia Lorena Marenzana-
nmarenzana@gmail.com Martin Herrero-
economiamartinherrero@gmail.com Luis David
Villaverde- dvillaverde2002ar@gmail.com Jessica
Wojtiuk- Wojtiuk-wojtiukjessica@gmail.com
*Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Patagonia
Argentina*

Palabras clave: Gentrificación turística – Masificación – Transformación urbana – Territorio - San Carlos de Bariloche

Introducción

El presente artículo tiene por finalidad analizar indicios de gentrificación turística en la localidad rionegrina de San Carlos de Bariloche (SCB).

SCB es el principal destino turístico de la provincia de Río Negro, y el 3° a escala nacional (luego de Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Mar del Plata, con 72.830 y 49.149 respectivamente) en base a la cantidad de camas habilitadas que posee que ascienden a 26.728 (Ministerio de Turismo y Deportes de la Argentina, 2020).

Asimismo, el Parque Nacional (PN) Nahuel Huapi es uno de los atractores más importantes que posee el destino, siendo el 4° PN más visitado de Argentina (luego de Iguazú, Glaciares y Tierra del Fuego), recibiendo el 12,9% de los visitantes que asisten a las Áreas Naturales Protegidas (ANP) de Argentina (Administración de Parques Nacionales (APN), 2022): en el año 2019, solamente la cantidad de visitantes al AN ascendió a 488.165, mientras que en dicho año, el destino recibió 730.537 turistas (Municipalidad de SCB, 2022): una relación de 5 (4,99) turistas por residente¹ y una estadía de 5,2 noches promedio (Municipalidad de SCB, 2022).

Esta vinculación de SCB con el turismo no es reciente; si se realiza un análisis de la localidad se aprecia que posee una historia vinculada intrínsecamente con el turismo: en 1903, el perito Francisco Pascasio Moreno dona tres leguas cuadradas para que sean destinadas a la conservación para el disfrute de las generaciones presentes y futuras, creándose en 1922 el Parque Nacional del Sud (Schlüter, 2004), Wiederhold (1896) desarrollaba el primer alojamiento y posteriormente excursiones embarcadas hasta Puerto Blest (Rey, 2004), Club Andino Bariloche (1931), las gestiones y obras de Dirección de Parques Nacionales, a través de la gestión de Bustillo (Hotel Llao, Centro Cívico, Capilla San Eduardo, varios edificios de la Administración de Parques Nacionales, Catedral Nuestra Señora de Nahuel Huapi, entre otros), el desarrollo del centro de esquí cerro Catedral con Nöbl (1936), conformaron un territorio con vocación turística en el principal destino turístico rionegrino.

Asociado a la práctica turística, ha desarrollado una oferta de servicios (alojamiento, gastronomía, actividades, transporte, venta de souvenirs, etc) que modificaron rasgos territoriales para atender las necesidades del visitante.

¹ Población estimada por el Municipio de SCB al año 2022. Fuente: <https://www.rionegro.com.ar/municipales/bariloche-calcula-que-tiene-146-00-habitantes-y-esa-cifra-implicara-cambios-politicos-2250902/#:~:text=Municipales-,Bariloche%20calcula%20que%20tiene%20146.00%20habitantes%20y%20esa%20cifra%20implicar%C3%A1,de%202010%2C%20arroj%C3%B3%20112.887%20habitantes.>

Principalmente, el desarrollo de la oferta de alojamiento fue superior a la demanda: en 1936 SCB contaba solamente con 27 establecimientos de hospedaje (Schlüter, 1994) con una población local que no superaba los 2.000 habitantes (Niembro, 2011), registrando en 2.020, 608 alojamientos habilitados, lo que representa un crecimiento de dicha oferta del 2.151,8% y de su población en 7.211,9%, en un período de 84 años (Marenzana, Wojtiuk y Villaverde, 2022).

En el marco de dichos cambios, se aprecian indicios de gentrificación turística asociado al aumento de población por motivos de migraciones (donde se incluyen los migrantes de amenidad), déficit habitacional, situación macroeconómica, influencia del programa pre-viaje (Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación), que se abordan en el presente artículo.

Marco teórico de referencia

Si bien los términos gentrificación turística y turistificación han sido más mencionado en los últimos años, Hernández Cordero (2021) remite a la definición de Knafou, quien en 1992 lo define como “el proceso mediante el cual un sitio se convierte en un enclave turístico. Dicha mutación incluye la dimensión física (construcción de infraestructura y equipamiento) e imaginaria (generación de imágenes y representaciones)”(p.131). De la Calle Vaquero (2019) menciona una serie de particularidades que asumen los destinos que evidencian este fenómeno, entre los que se mencionan:

- 1) Incremento de presencia de visitantes en el espacio, así como también sistema de apoyo público para visitantes y actividades concentradas en determinados lugares de la ciudad, donde se concentran elementos de interés turístico,
- 2) Incremento de demanda de servicios, asociado con desarrollo de oferta de hospitalidad de población foránea.
- 3) Cambios en la oferta comercial, antes orientada a los residentes y actualmente a turistas. Asociado a esto, se modifican precios, idiomas y horarios de atención.
- 4) Incremento de alojamiento colaborativo, con el consecuente desplazamiento de los residentes hacia barrios periféricos.

Al respecto, Gothman (2005) y Hiernaux-Nicolas (2018) hablan de las transformaciones que se generan en la ciudad como consecuencia del avance de la actividad turística, lo que ocasiona el desplazamiento de los residentes; empleando el término de gentrificación turística. El arquitecto belga (2018) precisa algunas de sus consecuencias, tales como incremento del precio del alquiler, venta de inmuebles para destino turístico, y modificación de usos del suelo.

De la Calle Vaquero (2019) sostiene que

“el alcance de esta transformación varía en función de la magnitud de la actividad turística, las características específicas de cada centro y la capacidad de los gobiernos locales para encarar esta situación. El turismo puede ayudar a mejorar estos centros pero también puede ser un vector de transformación negativa que amenace su propia condición urbana” (p.2).

Metodología

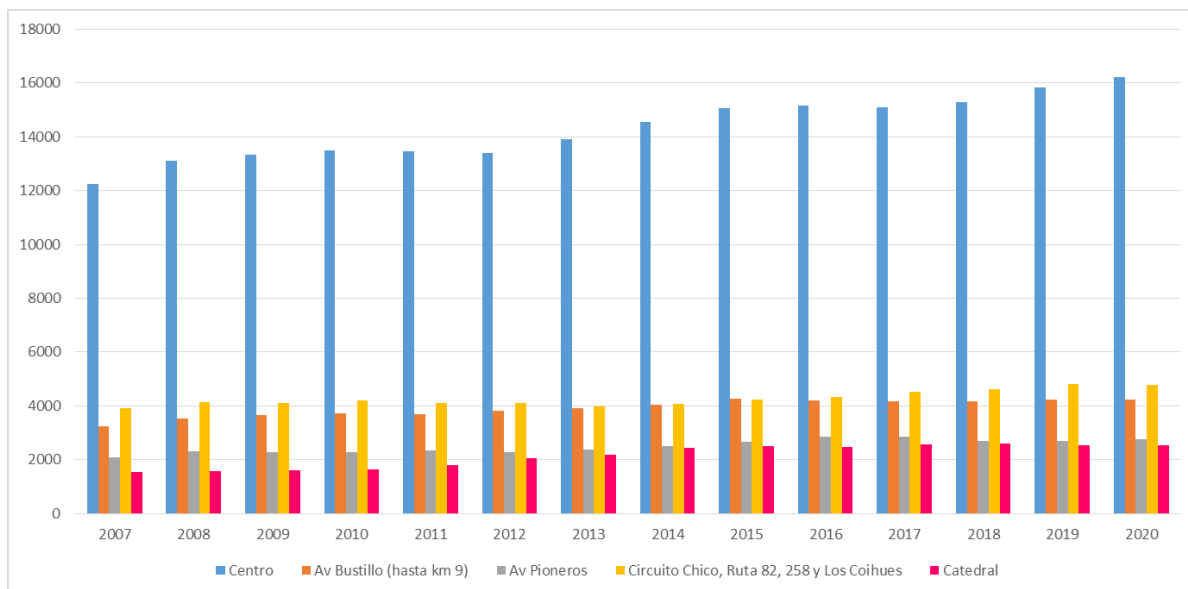
Se propone un abordaje metodológico cuanti y cualitativo, basado en la triangulación de fuentes de información, tomando como parámetro el sistema de información geográfico desarrollado por la Municipalidad de SCB, investigaciones académicas realizadas en torno a esta temática, análisis de artículos periodísticos y estadísticas municipales y nacionales.

Resultados y conclusiones

En cuanto a los resultados, se aprecia una concentración de modalidades de alojamiento en determinadas zonas del destino, con turismo estudiantil en la zona del centro y turismo de alta gama en la zona de atractivos naturales; con indicios de procesos de gentrificación turística y densificación, que incide en la búsqueda de alternativas habitacionales para la población estable, hacia el sur y el oeste principalmente.

Del análisis de la evolución del crecimiento de la oferta de alojamiento (Figura 1), se aprecia que la zona céntrica siempre condensó la oferta de alojamiento. Desde 2007 a 2020, se habilitaron 7513 plazas, de las cuales el 52,9% se registraron en el casco histórico, en segundo lugar el Cerro Catedral (13,4%), seguido por Av. Bustillo hasta el km 8 (13,1%) y el 4° lugar el Circuito Chico (11,7%), siendo el último lugar la Av. Pioneros: esta situación genera una concentración de oferta de alojamiento y visitantes que impacta en la dinámica urbana del transporte, estacionamiento, espacios de recreación, presión de uso de atractivos, entre otros aspectos.

Figura 1. Distribución de la oferta de plazas habilitadas por zona en SCB-Período: 2007-2020



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Municipalidad de SCB (2021)

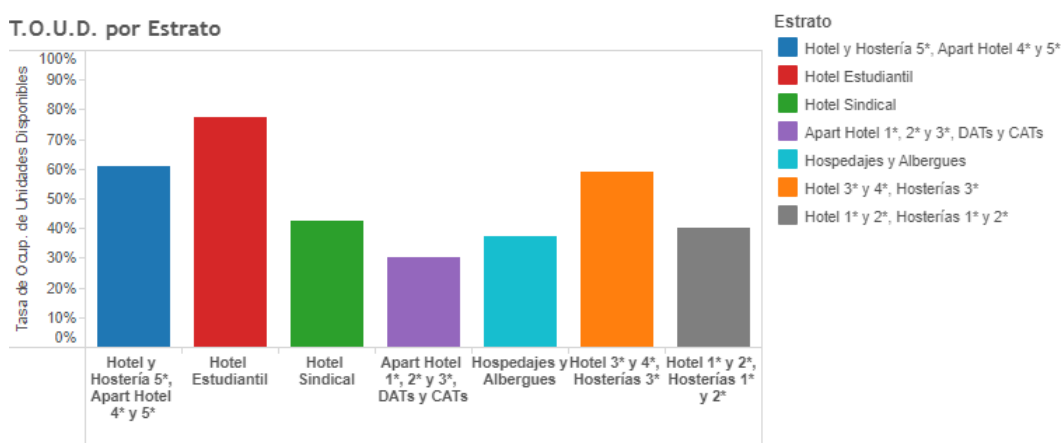
Actualmente, el 53,8% de la oferta de plazas de alojamiento (14.020 plazas, Municipalidad de SCB, 2020) se aglutina en la zona del centro o casco histórico de SCB, constituida principalmente por la oferta de alojamiento estudiantil, sector de la ciudad que centraliza el 90,5% del total de plazas de esta modalidad de alojamiento. Asociado a dicha oferta, se aprecia la concentración de Discotecas (6), siendo además un segmento que representa el 26,4% de la demanda de visitantes de SCB (185.228 anualmente, Municipalidad SCB, 2019), empleando 595 personas en alojamiento (adicionando en temporada, un 39,5% de personal temporario). Si se considera que la demanda de turismo estudiantil en SCB comprende al 26,4% de la demanda total del destino, se evidencia una fuerte presión de uso de visitantes en este sector, el cual cuenta además con muchos edificios históricos icónicos de Bariloche (centro cívico, costanera y museos) y de chocolaterías (19 locales: 79% del total), cervecerías artesanales (15 locales: 50% de la

oferta del destino), restaurantes (79 de los 128 que posee BRC), bares y pubs (18 de los 24 establecimientos del destino) que convocan a gran número de los visitantes.

Asimismo, este sector de la ciudad agrupa el 66% de la oferta de Albergues y Hospedajes, lo que asocia al sector del casco histórico con un turismo joven.

Esta situación indica que el turismo estudiantil y su oferta asociada, es un agente de reconfiguración territorial (Trivi, 2018), con poder en la disputa del territorio y en la estructuración de la oferta del destino, dado que además registra el mayor nivel de ocupación promedio anual (77%, Municipalidad de SCB, 2020) que supera al 51% promedio anual general del destino (datos 2019, Figura 2) (Marenzana, Wojtiuk y Villaverde, 2022).

Figura 2. Tasa de ocupación de unidades disponibles según tipo de alojamiento (2019)



Fuente: Municipalidad de SCB, 2020.

En términos generales se aprecia la modalidad de alojamiento que mayor distribución presenta en las diversas zonas son los Apart Hotel 1,2, 3* CAT y DAT (que se recuerda constituyen el 25,7% del total de la oferta de SCB); mientras que el 90% del alojamiento estudiantil (que representa el 31,3% de la oferta total del destino) se concentra en la zona céntrica: situación similar sucede con los hospedajes y albergues (66% localizado en el centro) y los Hotel 3 y 4*, Hostelería 3* (63% en la zona céntrica). Los hoteles y hosterías de máxima categoría, se encuentran localizados en zonas contiguas a los cuerpos de agua en la zona de la Avda Bustillo, Circuito Chico y Catedral (47%, 33% y 13% respectivamente). Los hoteles sindicales, se localizan principalmente en la zona de centro (56,5%) y en el circuito chico (21,7%).

Si se analiza en crecimiento poblacional y la proyección del municipio de SCB para el 2020, se evidencia que el crecimiento de la oferta de alojamientos en el centro, ha generado un efecto de gentrificación turística, con el desplazamiento de la población hacia otros sectores: mientras que desde 1991 a 2020 la población local se incrementó en 72,2%; la zona del centro apenas ascendió en un 1,2%, el cerro Catedral en 5,8%, el sector Avda Bustillo y Avda Pioneros un 31%; notándose un abrupto crecimiento en la zona Oeste y Suroeste que concentró el 62% del crecimiento en dicho período. Este aspecto refuerza la postura de Merlos (2018) sobre la fragmentación espacial de SCB, y el avance del proceso de reterritorialización del turismo frente a los residentes que menciona Haesbaert (2013).

Referencias bibliográficas

Administración de Parques Nacionales (2022). Sistema de Información de Biodiversidad. Recuperado de <https://sib.gob.ar/index.html#!/areas-protegidas>

De la Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, 83, 1–40. Recuperado de <https://doi.org/10.21138/bage.2829>

Diario Río Negro (18 de abril de 2022). Bariloche calcula que tiene 146.00 habitantes y esa cifra implicará cambios políticos. Municipales. Recuperado de <https://www.rionegro.com.ar/municipales/bariloche-calcula-que-tiene-146-00-habitantes-y-esa-cifra-implicara-cambios-politicos-2250902/#:~:text=Municipales-,Bariloche%20calcula%20que%20tiene%20146.00%20habitantes%20y%20esa%20cifra%20implicar%C3%A1,de%202010%2C%20arroj%C3%B3%20112.887%20habitantes>

Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: the case of New Orleans Vieux Carre (french quarter). *Urban Studies*, 42 (7), 1099-1121. <http://dx.doi.org/10.1080/00420980500120881>

Haesbaert, R. (2013). Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad. *Cultura y representaciones sociales*, 8 (15), 9-42. Recuperado en 18/07/2021 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102013000200001&lng=es&tlng=es.

Hernández Cordero, H. (2021). Gentrificación y turistificación: Origen común, efectos diferentes. *Dimensiones Turísticas*, 5 (9), 128-137. <https://doi.org/10.47557/KRUW8909>

Hiernaux-Nicolas, D. (2018). Presentación. Turismo y centros históricos: un dossier decadente. *Estudios críticos del desarrollo*, 8 (4), 7-21.

Marenzana, N.; Wojtiuk, J. y Villaverde, L.D. (2022) Interpretando las territorialidades de la oferta de alojamiento turístico en SCB (Río Negro - Patagonia Argentina). Jornadas de Investigación y Extensión 2021. Turismo, movilidades y pandemia: Diálogos y tensiones en la construcción transdisciplinar del campo en un momento de cambio ontológico. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén. En edición

Merlos, M. (2018). Postturismo y movilidades: los migrantes por estilo de vida como agentes de transformaciones socio-culturales en SCB. *Aportes y Transferencias*, 16 (1), 29-45.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Argentina (2020). Sistema de Información Turística de Argentina. Recuperado de <https://datos.yvera.tur.ar/dataset?groups=sector-hotelero>

Municipalidad de San Carlos de Bariloche (2020). Estadísticas Turísticas. Recuperado de <http://www.bariloche.gov.ar>

Municipalidad de San Carlos de Bariloche (2020). Gobierno Abierto. Recuperado el 01/10/2021 de <http://www.bariloche.gov.ar/gobierno-abierto-2/>

Niembro, A. (2011). El desarrollo (pendiente) de Bariloche: reflexiones a cien años de la comisión de estudios hidrológicos. *Pilquen*, 13 (14), 1-17.

Rey, H. (2004). El destino de tres actividades económicas en el Nahuel Huapi a principios del siglo xx: forestal- maderera; cerealera-derivados; turística. *Pilquen*, 6 (6), 1-11

Schlüter, R. (1994). SCB: costos y beneficios del ecoturismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3 (2), 126-149.

Trivi, N. (2018). Territorialidad de la actividad turística y producción del paisaje en la Argentina neodesarrollista: Transformaciones territoriales, discursos e imágenes en Villa de Merlo y el noreste de la provincia de San Luis (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1503/te.1503.pdf>

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

ESTUDIO COMPARADO DE LA DIMENSIÓN SOSTENIBLE ENTRE LOS PARTIDOS DE VILLA GESELL Y PINAMAR. UN ANÁLISIS DESDE LOS CRITERIOS DEL CONSEJO GLOBAL DE TURISMO SOSTENIBLE E INDICADORES DE DESEMPEÑO PARA DESTINOS Y SU VINCULACIÓN CON LOS ODS (V2 2019)

María Salessi- lucila.salessi@econo.unlp.edu.ar

Luisina Picotto- luisina.picotto@econo.unlp.edu.ar

Lucila Abadías- lucila.abadias@econo.unlp.edu.ar

Daniela Fico- danielafico04@gmail.com

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

Palabras clave: Sostenibilidad- Villa Gesell- Pinamar- Estudio Comparado- Criterios GSTC.

Introducción

El presente artículo se inscribe en el marco del Proyecto Bienal de Investigación y Desarrollo (I+D) 2020/2022 E-180, denominado *La construcción del patrimonio turístico. Significación y resignificación de espacios en la provincia de Buenos Aires*, que dirige el Arq. Alfredo Conti.

En el mismo, se propone el abordaje de una problemática que pone de relieve la asociación del patrimonio cultural y la sostenibilidad en la comprensión de espacios y tensiones de los partidos balnearios de la costa bonaerense Villa Gesell y Pinamar. De este modo, se pone en valor la dimensión sostenible en el análisis comparado de ambos municipios, cada uno con sus especificidades, problemáticas, historicidad, tensiones y diversidad de actores que los legitiman y le otorgan singularidad.

El proyecto plantea un ejercicio de análisis comparado entre las dimensiones o criterios de sostenibilidad en base al estándar del Consejo Global de Turismo Sostenible entre los partidos de Pinamar y Villa Gesell. Se recurre al estudio comparado como herramienta de las ciencias sociales apta para abordar con criterio diagnóstico una problemática social y relacionada con el diseño de políticas públicas, y a la vez, como un parámetro de referencia y una fuente de legitimación.

Sobre la base de los Criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible e Indicadores de Desempeño para Destinos (v2 2019) y su vinculación con los ODS, utilizados como guía, se propone realizar un relevamiento secuenciado en una etapa de visita de campo y una de relevamiento de material documental complementario para observar el nivel de adecuación a los mencionados estándares sostenibles con un diseño metodológico de enfoque cualitativo y alcance descriptivo.

En cuanto a la pregunta de investigación, se procura dar respuesta a un problema de conocimiento, ya que, para fundamentar la toma de decisión en materia de gestión es necesario contar con información adecuada, ordenada y actualizada. Es por ello que se dará respuesta al siguiente interrogante científico: ¿Cuál es el alcance de la dimensión sostenible que han alcanzado los municipios costeros de Pinamar y Villa Gesell según los Criterios GSTC para Destinos (V2 2019) en el año 2022?

Del que derivan los siguientes interrogantes:

- I. ¿Qué características tienen los procesos y procedimientos que han guiado la

construcción de un patrimonio turístico en estos dos destinos? ¿Qué rupturas, discontinuidades y tensiones los atraviesan?

- II. ¿Cuál es su situación espaciotemporal?
- III. ¿Qué documentos técnicos los describen?
- IV. ¿Qué normativa los legitima?

Objetivo General:

Contribuir al conocimiento de la dimensión sostenible en los municipios de Pinamar y Villa Gesell según los indicadores de los Criterios GSTC para Destinos, a fin de presentar propuestas en pos de la activación turística de recursos naturales y culturales en 2022.

Objetivos Específicos:

1. Caracterizar los procesos para la construcción de un patrimonio turístico sustentable en los casos de estudio seleccionados y compararlos.
2. Observar el grado de cumplimiento de los Criterios Estándares GSTC en los destinos seleccionados.
3. Proponer premisas para la activación turística de recursos naturales y culturales en los destinos estudiados.

Cabe aclarar que los criterios GSTC e indicadores asociados a los ODS constituyen una guía en la cual se basa la presente investigación para realizar el análisis comparado de niveles alcanzados de sostenibilidad entre ambos municipios.

En cuanto a la justificación del estudio, se considera la validez de la herramienta del análisis comparado en base a los criterios que propone el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) como diagnóstico para conocer el desarrollo sostenible en estos destinos, y contar con información para la guía de la toma de decisiones y gestión de cara a la Agenda 2030. Las mismas motivaciones que han llevado al organismo internacional a desarrollar consensuadamente estos criterios e indicadores, son las que llevan a este trabajo de investigación a dar uso a esa valiosa herramienta y ponerla en práctica para obtener una radiografía actual de la situación en estos destinos de la Provincia de Bs. As.

Marco teórico de referencia

Patrimonio turístico y dinámicas naturales: la búsqueda del equilibrio

Un aspecto respecto del paisaje que es necesario comprender cabalmente, es que se trata de un recurso limitado. Si este no cuenta con mecanismos específicos de protección, su fragilidad y vulnerabilidad se manifiestan rápidamente en consecuencias, muchas veces irreversibles, de deterioro fundamentalmente ambiental. Ante la concurrencia de intereses públicos y privados de diversa índole que es preciso armonizar en términos de sostenibilidad, el resultado de la acción e interacción de elementos y factores tanto naturales como humanos, debe estar cuidadosamente planificado y regulado (Busquets Fábregas & Cortina Ramos, 2009).

El paisaje del litoral bonaerense actual es producto de una intervención humana en el entorno natural que se ha desarrollado durante décadas en procesos de urbanización y aprovechamiento del espacio costero con fines turísticos en interacción con dinámicas sociales, culturales, económicas y naturales que lo han modelado de manera única. De allí que se incluye el concepto de paisaje como patrimonio cultural, ambiental y productivo, ya que la interpretación del territorio estudiado se debe hacer contemplando

la construcción de aspectos culturales y la manifestación de identidades colectivas para una comprensión del fenómeno en su total complejidad. Cabe, así, considerar que:

Para analizar la calidad ambiental del paisaje bajo criterios de sostenibilidad, se debe entender el paisaje de manera integral y holística, donde la valoración cultural de una comunidad en constante interacción con su ambiente condiciona la dinámica particular de su desarrollo visual y espacial y, en consecuencia, determina la calidad ambiental deseable. (Gómez Alzate, 2010, pág. 91)

Resulta atractivo este concepto pues permite observar al paisaje como patrimonio en virtud de la promoción de la conciencia ciudadana y favoreciendo su sostenibilidad, contemplando beneficios sociales, económicos, culturales y ambientales en la mirada del entorno turístico imbricado en el compromiso social. Esta visión es útil, asimismo, porque se evidencia en aspectos dinámicos que se contraponen a la perspectiva estática y unidimensional del paisaje. De la convergencia del agente cultural y el paisaje natural surge el paisaje cultural como resultado, permitiendo realizar análisis más amplios y completos (Gómez Alzate, 2010).

El patrimonio turístico es parte de un acto creador de integración y convergencia de herencias culturales, sociales, contextos, visiones económicas, elementos ambientales y paisajísticos (Pastor Alfonso, 2003). El atractivo turístico comprende al paisaje cultural, donde la zona geográfica incluye recursos y valores, apreciándose el diseño histórico, el paisaje etnográfico y todo lo construido por el hombre en interacción con recursos y escenarios naturales, lo que dibuja expresiones genuinas y únicas de aquel contacto de cada cultura con la naturaleza de la que se nutre. (Birnbaum, 1994; Cambón Freire, 2009).

Mediante estos conceptos, la aproximación a las problemáticas medioambientales y de sostenibilidad se hace integral y transdisciplinar. En ellas, el análisis no se limita a lo tangible, como edificios, vestigios arqueológicos, reservas de la biosferas y demás, sino que comprende factores y elementos intangibles como prácticas sociales, valores éticos, creencias, rituales, manifestaciones lúdicas y artísticas que tienen mucho que ver con los resultados obtenidos en términos de sostenibilidad (Fundación ILAM, 2017; Kaczan & Sánchez, 2012; Donini, 2006; Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2003).

Desde la Declaración de Amsterdam de 1975 del Consejo de Europa se plantea una gestión del paisaje integrada, multifacética, que atienda a distintos enfoques en la que se contemplan la dimensión social, la operativa y la perspectiva sostenible, considerando la temporalidad, lo que permite hacer una observación de procesos basada en programación de acciones, secuencias lógicas y estrategias planificadas. Para ello es necesario diseñar y contar con metodologías e instrumentos de gestión y evaluación adecuados para la administración y manejo de paisajes culturales en constante cambio, lo que pone el eje especialmente en la sostenibilidad por ser esta una meta frágil y que demanda un monitoreo sistemático y escrupuloso. El paisaje cultural y el desarrollo económico constituyen elementos sinérgicos para el alivio de la pobreza y el impulso de la inclusión y la igualdad, lo que los hace conceptos indispensables para la mejora de la calidad de vida de los actores involucrados, población residente, visitantes y colaboradores (Arias Incollá, 2000; Declaración de Amsterdam, 1975).

En estos destinos se da una construcción de paisaje costero que se caracteriza por su fragilidad, en la combinación de un alto valor en recursos naturales, paisajísticos y culturales y una presión creciente de expansión urbanística y de la injerencia de las actividades humanas, con el turismo como centralidad integrando los socio-ecosistemas en los que se suele ver frecuentemente comprometida su preservación. La escasez de suelo disponible y el incremento de la demanda suelen debilitar los equilibrios logrados y amenazar morfologías históricas por el crecimiento demográfico anual y estacional, lo

que puede conducir a una destrucción de recursos naturales, patrimoniales históricos y a la fragmentación social, dando lugar a fenómenos de exclusión como la apropiación del paisaje por sectores privilegiados y la marginación de población de bajos recursos a sectores carentes de infraestructura adecuada (Rubilar Muñoz, 2015).

Los valores que estas personas asignen al paisaje, si estos consideran el valor escénico y cultural o desprecian sus recursos mediante la explotación sin previsiones de conservación, se reflejan y plasman en el paisaje. Esto refleja indefectiblemente la cultura de sus sociedades y sus escalas de valores. Por ello la observación de la narrativa visual de estos destinos turísticos traducen los valores culturales en la estandarización de estructuras y procesos que dan carácter e identidad a estos territorios (Rubilar Muñoz, 2015).

La evaluación de vulnerabilidades y fortalezas, el análisis de las estrategias y modalidades de gestión del patrimonio turístico de los destinos bajo análisis, la observación de acciones en curso, oportunidades de desarrollo, áreas y aspectos sensibles y demás aspectos de monitoreo de sostenibilidad han sido sistematizados por los Criterios e indicadores GSTC, por lo que se recurre al auxilio de estas herramientas para elaborar y administrar los instrumentos de sondeo y observación que se pondrán en práctica en el presente estudio enfocado en los partidos de Villa Gesell y Pinamar.

Criterios GSTC e indicadores

El diseño de indicadores de desempeño y ODS del *Global Sustainable Tourism Council* (2019), como herramienta de planificación y gestión, brinda criterios para alcanzar un entendimiento común respecto a lo mínimo a alcanzar por cada destino turístico en términos de sostenibilidad.

Estos se ordenan en torno a cuatro temas: gestión sostenible, impactos socio-económicos, impactos culturales e impactos ambientales y tienen aplicabilidad a todo el sector turístico. Empleando estos criterios, cada destino contribuye con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Cada criterio cuenta, para su medición, con una serie de indicadores. El uso de estos permite obtener un valor a partir de ciertos parámetros que brindan información, posibilitando la descripción del estado de un fenómeno. Con ello se ayuda a los gestores a comprender mejor los vínculos de las actividades relacionadas con el turismo y el mantenimiento del entorno en el que estos se desarrollan.

A través de los indicadores de desempeño se ofrece información sobre el nivel de cumplimiento de los Criterios GSTC-D en los destinos de Pinamar y Villa Gesell, y establecer comparaciones.

Dichos indicadores permiten comenzar a establecer relaciones de causa y efecto entre turismo y ambiente, abordar problemáticas, establecer límites y fomentar responsabilidades, adoptando decisiones responsables sobre la base del conocimiento (Eraso, 2013).

Estos operan como herramientas para guiar la acción para cumplir con los ODS con miras a 2030. A su vez, permiten describir la realidad de un sector geográfico concreto mediante parámetros objetivos y facilitan no solo la caracterización estandarizada de la situación observada, sino monitorizar su evolución. Todo ello se realiza en función de elaborar estrategias para el futuro orientadas a la sostenibilidad turística. Un aspecto fundamental es que, como herramientas, los indicadores GSTC son idóneos para la interpretación holística, ya que combinan indicadores pluridisciplinarios, lo que remite a los conceptos de paisaje cultural y patrimonio turístico mencionados previamente, precisamente, por su complejidad y multidimensionalidad.

Este tipo de análisis permite definir el alcance de la contribución real y duradera

del turismo al desarrollo sostenible con base en evidencias actuales, y abordando cuestiones fundamentales y prioritarias en función de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de la Agenda 2030. Contar con instrumentos útiles para la consolidación de los resultados del turismo sostenible es, en el esquema propuesto, esencial (Global Sustainable Tourism Council, 2019).

Metodología

La metodología seleccionada para este trabajo consiste en un análisis comparado entre los partidos de Pinamar y Villa Gesell basado en los Criterios del GSTC para Destinos.

En primer lugar, se establecerá una contextualización de ambos destinos para comprender, a partir de aspectos relacionados con su origen y desarrollo, las diferencias sustanciales entre ellos, como también se explicitarán los criterios y el cumplimiento de estos en ambos destinos.

Se trabajará con un proceso cualitativo, no estándar, ya que no lleva una secuencia determinada. Las etapas son acciones que se efectuarán para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación y responder a los interrogantes del estudio.

Para la recolección de información se requiere la realización de un trabajo de campo que implica un análisis pormenorizado de la información que sustenta cada uno de los indicadores a utilizar. Para ello se cuenta con fuentes de información primaria: planes, documentos de planificación estratégica, obras de infraestructura, documentos de certificación y normalización, normativa, regulaciones, ordenanzas, instrumentos y documentos legales. Asimismo, se complementa con fuentes secundarias como análisis previos, registros históricos y demás.

Con ello, se propone un análisis de estudio de casos comparado del entramado y tejido institucional de ambos municipios, su gestión turística, estructuras, fragmentaciones y diferencias en el contenido de las relaciones que se producen en torno a la gestión de cada destino. Este incluye la revisión de indicadores sobre la gestión sostenible en ambos municipios de acuerdo con los Criterios Estándares GSTC.

Los criterios están divididos en cuatro secciones, cada una con dos o tres subsecciones, como se muestra a continuación:

<p>SECCIÓN A: Gestión Sostenible</p> <ul style="list-style-type: none"> ● A(a) Estructura administrativa y de gestión ● A(b) Participación de actores ● A(c) Gestión de la presión y el cambio 	<p>SECCIÓN B: Sostenibilidad Socioeconómica</p> <ul style="list-style-type: none"> ● B(a) Aporte de beneficios económicos locales ● B(b) Bienestar social e impactos
<p>SECCIÓN C: Sostenibilidad Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> ● C(a) Protección al patrimonio cultural ● C(b) Visita a sitios culturales 	<p>SECCIÓN D: Sostenibilidad Ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> ● D(a) Conservación del patrimonio natural ● D(b) Gestión de recursos ● D(c) Gestión de residuos y emisiones

Los pasos para ello son: Relevamiento, Adaptación, Observación, Trabajo de Campo, Análisis y Ponderación de Datos e Información.

Resultados y Conclusiones

La propuesta de proteger el ambiente y su biodiversidad, conservar el patrimonio cultural, fomentar el desarrollo local comunitario a la vez que se obtiene crecimiento económico y trabajo decente, constituye una meta deseable y posible para todos los destinos turísticos a nivel global. En este sentido, los Criterios de Turismo Sostenibles para Destinos del GSTC con sus indicadores de desempeño y los ODS señalan cada uno de los principales ejes y pasos para lograrlo (D'Alessandro, 2011).

Para guiar los pasos hacia la sustentabilidad, que son muchos y diversos, se requieren herramientas. Los indicadores y las guías con criterios a seguir son las más importantes, en este momento, para el sector turístico, y resulta cada vez más necesario trabajar con ello para definir cursos de acción concretos, las cuales requieren de la coordinación de organismos tanto públicos como privados.

A través de esta investigación, se puede evidenciar la importancia que le otorgan los destinos turísticos costeros comparados a la sustentabilidad, y cuáles son las acciones y prácticas que se llevan a cabo para fomentar, entre los diferentes actores turísticos, un turismo más amigable con el medio ambiente que igualmente les permita obtener rentabilidad económica.

La información ordenada, mensurable y comparable ofrece elementos valiosos para la gestión y toma de decisiones. A través del presente trabajo, se espera realizar un aporte para promover acciones que se visibilicen en mejoras para un territorio turístico holístico e integral, con miras a una Agenda 2030 con metas esperadas y cumplidas.

Referencias bibliográficas

- Beier, L. S., Clavé, S. A., & Vigier, H. P. (2021). Dinámicas de urbanización turística en el Litoral de Buenos Aires, Argentina. *Cuadernos de Turismo* (47), 103-130.
- Benseny, G., García, M., Varisco, C., González, M. G., Padilla, N., Maresca, N., . . . Mailén, A. (2013). *Gestores Costeros de la teoría a la práctica: Una aplicación en áreas litorales*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Cruz, G. M. (2011). *Análisis del entramado institucional involucrado en la gestión de destinos turísticos. Los casos de Villa Gesell y Pinamar (Argentina)*. Andalucía: Universidad Internacional de Andalucía.
- Global Sustainable Tourism Council. (2019). *Criterios GSTC para Destinos*. Washington: The Global Sustainable Tourism Council.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, R., & Baptista Lucio, P. (2008). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Hernández, F. M. (2018). *Patrimonialización y Turistificación. La barrera Austral de médanos en los pueblos balnearios del sudeste bonaerense: Tensiones entre exclusividad, identidad y conservación*. Buenos Aires: UNMdP - UNNE - CONICET.
- Juárez, V., & Isla, F. (1999). Evolución Histórica del Núcleo Urbano de Villa Gesell. *Revista Geográfica*, 49-60.
- Koppmann, V., & Sonia. (2015). *Urbanizaciones Privadas en Zonas Costeras: Del goce pleno de la naturaleza a los negocios inmobiliarios. La costa atlántica argentina y las estrategias de ordenamiento territorial*. *Revista AG* (1), 101-115.

Manzano, F. A., & Velázquez, G. Á. (2018). De un área desértica e improductiva a un espacio ideal para la especulación: Las percepciones sobre la Costa Atlántica Bonaerense. *Boletín Goiano de Geografía*, 38(2), 224-250.

Mantero, J. C., Barbini, B., Benseny, G., Castellucci, D., Dosso, R., & Varisco, C. (2010). Turismo y territorio. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico. A propósito de la Provincia de Buenos Aires. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.

Salazar Dzul, B., González Damián, A., & Macías Ramírez, A. (2020). Cultural Tourism and its Social Constructions as a Contribution to the Sustainable Management of Tourist Destinations. *Rosa dos Ventos*, 12(2), 406-428.

Salvarredy, J., & Torrents, G. (2019). *Relatos Urbanos. La historia de Villa Gesell*. Buenos Aires: Proyecto Habitar.

Tomazín, N., Re, M., García, P., & Bindelli, L. (2020). Caracterización de la Dinámica Litoral en la Costa Marítima Bonaerense. Ezeiza: Instituto Nacional del Agua Argentina.

Velazco, E. (2019). Implicancias de la urbanización asociada al turismo de sol y playa en el noreste atlántico bonaerense. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Verón, E., Allega, L., Cozzolino, E., Camiolo, M., Lasta, C., & Codignotto, J. (2017). Caracterización espacio-temporal de la temperatura superficial del mar satelital en destinos turísticos: Partido de la Costa, Pinamar y Villa Gesell en Buenos Aires, Argentina. (A. E. Teledetección, Ed.) *Revista de Teledetección*, 48, 43-54.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

LOS USOS DE LA MEMORIA Y LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICA DEL PATRIMONIO SANMARTINIANO EN LA CIUDAD DE MENDOZA (1932-1943)

Cecilia De Simón- ceciliadesimon@yahoo.com.ar
CONICET, Universidad Nacional de San Juan

Palabras clave: Patrimonialización- Usos de la memoria- Construcción de atraktividad turística- Patrimonio Sanmartiniano- Neoconservadurismo.

Introducción

El proceso de patrimonialización, como invención y construcción social, supone la selección y puesta en valor de elementos que forman parte del acervo cultural de una comunidad en función de intereses de actores que actúan en contextos específicos. El turismo es una práctica social que re-significa el patrimonio a partir de procesos sociales de construcción de atraktividad turística. El patrimonio de una localidad, al ser transformado en atractivo turístico, es estéticamente adaptado para responder a las preferencias de consumo y las prácticas recreativas de los visitantes. Si bien los repertorios patrimoniales pueden ser activados por cualquier agente social interesado en proponer una versión de identidad, el poder político es el responsable fundamental de esta tarea.

La Ciudad de Mendoza y su patrimonio sanmartiniano no han sido ajenos a los procesos de construcción de atraktividad turística: ciertos atributos del espacio urbano mendocino han sido transformados en atractivos turísticos en contextos sociales, políticos, económicos y temporales específicos. Durante los gobiernos neo-conservadores (1932-1943), el Estado tiene gran injerencia en la construcción de atraktividad turística patrimonial provincial: la memoria histórica se considera un asunto de Estado y toman fuerza las políticas para la instalación de lugares de la memoria. Asimismo, se trata de un periodo en el surgen las primeras políticas para institucionalizar y democratizar el turismo y para desarrollar la actividad como práctica patriótica.

El objetivo de este trabajo fue estudiar la vinculación entre los usos políticos de la memoria y la puesta en valor turística del patrimonio sanmartiniano en la Ciudad de Mendoza, Argentina, durante el neoconservadurismo (1932-1943) identificando las transformaciones territoriales surgidas en el espacio como consecuencia de estos procesos.

El espacio urbano mendocino cumplió un rol de gran importancia durante la campaña libertadora liderada por el General José de San Martín en 1817, razón por la cual atesora numerosos sitios vinculados a la gesta libertadora y a la vida cotidiana del prócer: el sector correspondiente a la ciudad colonial o sector fundacional posee vestigios materiales asociados a la vida política y privada del General San Martín tales como el solar de su vivienda, la Plaza Mayor, el Cabildo y las iglesias. En este sector se encuentran sitios relacionados con actividades desplegadas para llevar a cabo la campaña libertadora tales como el solar de la Maestranza y los sectores utilizados como instalaciones militares. Por su parte, la denominada ciudad nueva o ciudad post-terremoto reúne la mayor parte de monumentos históricos y conmemorativos de la gesta libertadora. Entre ellos se destacan el monumento La Patria al Ejército de los Andes ubicado en la cima del Cerro de la Gloria y los mausoleos pertenecientes a Merceditas, Mariano Balcarce y María

Mercedes ubicados en la Basílica de San Francisco. Este sector del espacio urbano mendocino posee un alto valor simbólico y es expresión de las numerosas apropiaciones de las que ha sido objeto la figura del Gral. San Martín a lo largo de los años (Cirvini y Luis, 2016: 715-718).

En el caso estudiado observamos que tanto los imaginarios turísticos como las acciones de puesta en valor turística-patrimonial desarrolladas en torno a la figura del Gral. San Martín, se encuentran íntimamente conectados con los usos políticos de la memoria. En el periodo de estudio se desarrolla un proceso de construcción social del atractivo turístico sanmartiniano, comienza a educarse la mirada turística y se gestan nuevos imaginarios turísticos en torno a la provincia y su atractivo como cuna del ejército libertador.

Marco teórico de referencia

Los intereses del presente tienen la capacidad de moldear y recrear el pasado e imponer varias versiones sobre el mismo y en este proceso la memoria hegemónica ejerce gran influencia. Bourdieu define al Estado como un agente dotado de autoridad simbólica que con sus evocaciones, fiestas ciudadanas, civiles o religiosas tiene la capacidad de provocar efectos y estructurar nuestra temporalidad social generando marcos sociales de la memoria a partir de los cuales organizamos nuestra vida privada (Bourdieu, 2012: 19-243). Así, el Estado cumple un papel fundamental en relación a las activaciones patrimoniales imponiendo sobre una extensión territorial determinadas visiones, principios de clasificación y formas simbólicas¹. Estas estructuras cognitivas incorporadas se convierten en inconscientes y constituyen el fundamento sobre el sentido del mundo. El Estado cuenta con apoyo del poder económico, de los intereses académicos y de las habilidades de los técnicos. La negociación entre estos actores consiste en lograr el mayor consenso posible de manera que el discurso subyacente a la activación patrimonial sea legitimado (Prats, 2009: 32-35).

En el mismo orden de ideas, la atraktividad turística se construye socialmente: los lugares poseen atributos que pueden ser o no considerados atractivos y esta consideración se vincula a hábitos, modas, costumbres, intereses de actores propios de un contexto social, político, económico y cultural específico (Almirón et al., 2006: 106). En otras palabras, los lugares y paisajes canonizados como atractivos turísticos articulan intereses, ideas y representaciones sociales de un lugar y de un contexto temporal específico con atributos materiales del destino turístico (Troncoso y Lois, 2004: 282). Ambos procesos, patrimonialización y construcción de atraktividad turística, constituyen instancias conflictivas en las que se pone en juego la lucha de intereses sectoriales en contextos temporales específicos generando confrontaciones simbólicas entre distintos grupos sociales.

Metodología

Se trabajó con fuentes primarias y secundarias. Dentro de las fuentes primarias se analizó un corpus documental heterogéneo compuesto por prensa, documentos gubernamentales, leyes y proyectos de ley, material turístico publicitario (guías y folletos de turismo antiguos) y material cartográfico turístico. Las fuentes fueron rastreadas en

¹ Para Bourdieu las formas simbólicas espaciales constituyen principios de construcción de realidad social. Estas formas de clasificación no son trascendentales y universales, sino que su constitución se asocia a condiciones históricas de producción adquiridas en relación con un contexto histórico determinado (Bourdieu, 2012:230-231). Lobato Correa, por su parte, sostiene que las formas simbólicas se tornan espaciales cuando, al relacionarse con el mismo, se constituyen en fijos (localizaciones) tales como templos, cementerios, memoriales, etc. y en flujos (itinerarios) tales como desfiles, protestas, etc. (Lobato Correa, 2011: 24-25).

diversas instituciones (Archivo Histórico de la Provincia de Mendoza, la Legislatura de la Provincia de Mendoza, el Ente Autárquico de Turismo de Mendoza, la Biblioteca San Martín de Mendoza y la Biblioteca Mariano Moreno de la Ciudad de Buenos Aires). Para el estudio del objeto empírico se utilizó el método estudio de caso, se seleccionó como universo de estudio el patrimonio sanmartiniano del espacio urbano de Mendoza. Se trabajó con un horizonte temporal que abarca un periodo comprendido entre 1932 y 1943. Se analizaron los usos políticos de la memoria, las ideas y representaciones que circularon en torno al patrimonio sanmartiniano, su puesta en valor y su inclusión en la oferta turística local.

Resultados y conclusiones

El objetivo de este trabajo fue estudiar la vinculación entre los usos políticos de la memoria y la puesta en valor turística del patrimonio sanmartiniano en la Ciudad de Mendoza, Argentina, durante el neocoservadurismo (1932-1943), identificando las transformaciones territoriales surgidas en el espacio como consecuencia del proceso de construcción de atraktividad turística y de los procesos de patrimonialización.

En relación a las políticas patrimoniales nacionales analizadas en el periodo de estudio, observamos que las mismas tienen como objetivo primordial construir una versión hegemónica de la memoria que sirve para estructurar las identidades sociales y fijar sentidos colectivos comunes. Comienza un proceso de construcción de memorias fuertes buscando hacer de ellas un uso ejemplar y tornando legítimas las posiciones políticas de ese entonces. Paralelamente, se plasman en el espacio formas simbólicas o lugares de memoria que permiten legitimar al poder político y que favorecen el mantenimiento de la memoria. Para ello se crean instituciones tales como la Comisión Nacional de Monumentos Históricos y se llevan a cabo ritos y actos cívicos que favorecen la construcción de la memoria social. En el ámbito provincial, se reorganiza la Junta de Estudios Históricos de Mendoza y se crea la Liga Solidaria Argentina. Ambas instituciones cumplen un rol de gran importancia en la puesta en valor del patrimonio local.

En relación al desarrollo turístico comienza una etapa de democratización de la actividad en la que se busca incorporar a nuevos sectores sociales a la práctica turística. El turismo comienza a entenderse como una práctica patriótica y se llevan a cabo las primeras iniciativas para institucionalizar la actividad turística. Las diversas políticas surgidas en torno a la actividad van conformando el mapa turístico de la Argentina y determinando espacios de ocio. Las provincias van construyendo su atraktividad turística en función de sus especificidades, de sus recursos naturales y culturales, adaptándose a las demandas de los visitantes y a los imaginarios creados en torno a cada destino.

En Mendoza, los relatos territoriales y los imaginarios turísticos desarrollados en torno a la figura del Gral. San Martín se encuentran íntimamente conectados con los usos políticos de la memoria. El culto a los héroes militares, el *sanmartinismo* y las políticas para la instalación de lugares de memoria llevadas a cabo por los gobiernos neoconservadores se vinculan fuertemente con la concepción del turismo como práctica patriótica. Estas ideas y valoraciones se materializan en el espacio a través de la puesta en valor turístico patrimonial de los sitios sanmartinianos. Las iniciativas para institucionalizar la actividad turística surgidas en este periodo permiten organizar la actividad en la región y comenzar a delimitar oficialmente hitos y monumentos sanmartinianos y generando las primeras rutas turísticas vinculadas a la gesta libertadora.

La Dirección Provincial de Turismo reproducirá las imágenes de estos sitios y sus discursos históricos asociados y los pondrá a disposición de los visitantes a través de folletos y guías turísticas. Así, las imágenes y representaciones generadas a partir de una

lógica de visualización hegemónica comienzan a ser utilizadas en los dispositivos de promoción turística. Lo visual se conecta con el territorio, comienza a educarse la mirada turística y se gestan nuevos imaginarios turísticos en torno a la provincia y su atractivo como cuna del ejército libertador. Observamos como la fotografía, utilizada en folletos y guías turísticas, funciona como un medio que habilita la valoración estética de los sitios sanmartinianos. En este sentido, se comienza a delimitar “qué” se debe ver y “porqué” es importante mirarlo, proporcionando hitos claros y objetos de contemplación considerados valiosos y dignos de ver. Estas acciones se acompañan con un proceso de *estetización* de los sitios sanmartinianos, que se logra a través de la instalación del equipamiento e instalaciones turísticas. En otras palabras, se lleva a cabo un proceso de construcción de atraktividad turística del patrimonio sanmartiniano que tiene como origen las políticas turísticas locales.

Referencias bibliográficas

ALMIRÓN, Analía et al. (2006): *Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina*. Estudios y perspectivas en turismo, Vol. 15, pp. 101-124.

BOURDIEU, Pierre (2012): *Sobre el Estado. Cursos en el College de France (1989-1992)*. Barcelona, Anagrama.

CIRVINI, Silvia y LUIS, Natalia (2016): *Ruta Cultural “San Martín en Mendoza”: testimonios de una gesta colectiva*. Encuentro Latinoamericano. 200 años de Territorio, Ciudad y Arquitectura El Patrimonio Cultural del Bicentenario. Universidad Nacional de Tucumán. Tucumán.

PRATS, Llorenç (2009): *Antropología y patrimonio*. Barcelona, Ariel Antropología.

TRONCOSO, Claudia y LOIS, Carla (2004): *Políticas turísticas y peronismo. Los atractivos turísticos promocionados en Visión de Argentina (1950)*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 2 N°2, pp. 281-294.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

UN ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO DE VISITANTES EN UN SENDERO DE MONTAÑA EN USHUAIA, TIERRA DEL FUEGO AIAS

Lucrecia Villegas- villegasmlucrecia@gmail.com

Silvina Cárdenas Romero- silvina.cardenasr@gmail.com

Marisol Vereda- mvereda@untdf.edu.ar

Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, Ushuaia

Palabras clave: Turismo de naturaleza- Senderismo- Práctica turística- Experiencia- Comportamiento.

Introducción

Esta contribución se enmarca en las prácticas de senderismo, atendiendo a la experiencia turística de los usuarios y su comportamiento en espacios naturales, en tanto se vinculan con prácticas diferenciadas de las formas tradicionales de turismo. En este contexto, el senderismo propicia una relación activa entre los recursos presentes en el territorio y el visitante (Araujo, Paül y Fraiz, 2011) y, además, se presenta como una alternativa que permite acceder a un turismo vinculado directamente con la naturaleza, sin necesidad de una preparación técnica previa, a la vez que se posiciona como una alternativa para mejorar la calidad de vida, conocer nuevos lugares o como un complemento de la actividad habitual (Vereda et al., 2011).

En Ushuaia, el senderismo es una actividad llevada adelante por el sector privado, y dicha oferta se ha incrementado en los últimos años debido a la necesidad de ampliar las actividades turísticas, en relación con una demanda cada vez más creciente. Sin embargo, este tipo de manejo puede generar serios peligros en el estado del ambiente, teniendo en cuenta la fragilidad de los suelos y la falta de control y mantenimiento (Borla y Vereda, 2013).

En particular, este trabajo se enmarca en las prácticas de senderismo desarrolladas en el Sendero Laguna Esmeralda (SLE), ubicado en la Reserva Turística y Paisajística Tierra Mayor (Decreto Provincial N° 2256), a 20 kilómetros de la ciudad de Ushuaia, centro turístico desde donde se distribuyen las excursiones. Dicho sendero ha alcanzado una gran popularidad durante las últimas temporadas, derivando en un intenso tránsito en el espacio, por lo que resulta relevante el conocimiento sobre sus visitantes y sus formas de relación con el ambiente para contribuir al manejo del mismo. En este sentido, surgen los siguientes interrogantes: ¿cómo se comportan los visitantes en el sendero?, ¿cómo se vincula el visitante con el ambiente en su experiencia integral final?

Considerando el contexto presentado, se propone estudiar el conjunto de prácticas turísticas de senderismo y el tipo de visitante que las realiza desde el marco general de la experiencia turística, la cual está atravesada por valores y condiciones que dependen en gran proporción del visitante, en conjunto con las características del lugar visitado.

Objetivos específicos:

- 1) Definir el perfil de los visitantes que practican senderismo en el Sendero Laguna Esmeralda.
- 2) Indagar sobre la valoración de los visitantes respecto de los componentes del paisaje.

3) Conocer las expectativas de los visitantes y contrastarlas con el grado de satisfacción alcanzado.

Marco teórico de referencia

El comportamiento turístico constituye un concepto destacado en la literatura de investigación turística y, particularmente, dentro del presente trabajo, ya que el cuerpo posee un rol central y totalmente dinámico en la actividad del senderismo, como se observa en el caso de estudio, en el SLE, ya que depende, interactúa e incluso determina otros componentes del turismo (Pearce, 2013).

Xiao-Ting y Bi-Hu (2012) destacan que las diversas aproximaciones sobre el estudio del comportamiento turístico lo vinculan con un determinado tiempo y espacio. Conocer el comportamiento espacial y temporal de los turistas permite mejorar los destinos, optimizar su gestión turística y mejorar los productos ofrecidos (Donaire, Galí y Royo-Vela, 2015). En este sentido, Pettersson y Zillinger (2011) destacan que para poder satisfacer las necesidades de los visitantes y crear condiciones que generen experiencias memorables y gratificantes, es fundamental conocer y aprender sobre los mismos visitantes, sus movimientos, sus intenciones y experiencias.

De esta forma, Galí, Donaire, Martínez-García y Mundet (2016) proponen que el comportamiento de los visitantes en el espacio puede ser interpretado como el resultado de dos dialécticas: por un lado, la relación del individuo y el territorio, y, por otro, la relación entre el individuo y las pautas construidas socialmente.

Como argumenta Edensor (2001), los turistas son agentes ‘activos’ de la experiencia, y esta característica reafirma el concepto de co-creación, es decir, los turistas producen la experiencia a través de la misma práctica del turismo (Prebensen, Kim y Uysal, 2016).

Metodología

El presente estudio se aborda desde una perspectiva de análisis denominada microsocia, que hace referencia al principal nivel de comprensión (Collins, 1981, en Dettmer, 2001).

El comportamiento de los visitantes fue abordado desde un enfoque cualitativo, utilizando como técnica principal la observación directa no participante, ya que resultó acorde para acceder a la información sobre los sujetos en el sendero de forma directa y real.

Para la organización del proceso de observación, se establecieron dos puntos para la recolección de datos en el sendero. El primer punto corresponde al primer valle al que se accede, a unos 20 minutos desde el inicio del sendero, que constituye el primer mirador panorámico. El segundo punto se estableció en la Laguna Esmeralda, ya que constituye el objetivo de llegada del sendero. Además, como técnica complementaria, se distribuyó un cuestionario al final del recorrido para conocer la experiencia de los visitantes.

Las observaciones se realizaron durante el verano 2019, entre los meses de enero a marzo, totalizando 12 observaciones en diferentes días de la semana, cubriendo la franja horaria entre las 12 hs y las 17 hs, que corresponde al periodo con mayor afluencia de personas según el Informe Técnico de la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico del IN.FUE.TUR. (2018).

Para la toma de datos se elaboró una planilla de observación, con aspectos que se detallan a continuación, y esto se complementó con un registro fílmico de los periodos observados, contando con 11 horas de filmación, considerando igual cantidad de tiempo de observación en ambos puntos establecidos. Dicho registro de video se implementó con el fin de reducir el problema que presenta esta técnica relacionada con el sesgo en la

observación, y también para luego ser utilizado para el análisis y discusión de las observaciones entre las autoras de este trabajo.

Debido a la gran presencia de usuarios en el sendero, durante los procesos de filmación se identificaban a los sujetos que luego serían evaluados durante el análisis de la información. De esta forma, se diferenciaban los casos en la planilla utilizada para analizarlos luego en profundidad al momento de la revisión de los registros fílmicos.

Con respecto a la planilla de observación, se incluyeron las siguientes variables a considerar, teniendo en cuenta trabajos anteriores realizados en la zona, como el estudio de Vereda et al. (2010):

- Estado del tiempo
- Constitución del grupo
- Componentes
- Elementos utilizados
- Actitudes/Conductas
- Marcadores
- Indumentaria
- Obstáculos
- Ritmo de marcha
- Escalas

Luego, las observaciones se analizaron con el software SPSS, versión 20, mediante la carga al sistema de la planilla utilizada en el trabajo de campo. Si bien el sistema para la carga de datos da cuenta de un análisis cuantitativo, la base de la observación es cualitativa.

El cuestionario que se distribuyó al final del recorrido fue de carácter autosuministrado y cubrió distintos aspectos relacionados con la experiencia de los visitantes, y se estructuró en función de cuestiones sociodemográficas, conocimiento del sendero, sensaciones e interacción con los componentes e infraestructura y nivel de satisfacción final. Durante el periodo de recolección de datos que correspondió a las observaciones no participantes se recolectaron también las encuestas mencionadas, las cuales forman parte de un trabajo de análisis apartado del que aquí se presenta.

Resultados y conclusiones

Se presentan los principales resultados continuando con la estructura presentada previamente en la planilla de observación, derivados del proceso de observación directa no participante.

En cuanto a la constitución de los grupos, más del 90 % de los casos observados corresponden a visitantes caminando por su cuenta en el sendero, sin guía, principalmente conformando grupo desde 2 hasta 6 personas.

Otro aspecto característico de la actividad de senderismo es el uso de indumentaria adecuada al tipo de actividad al aire libre. Se destaca que la mayoría, un 72,4%, contaba con indumentaria deportiva o urbana, no apropiada para el tipo de actividad. Y, por lo tanto, solo un 27,6% contaba con la indumentaria específica que requiere el senderismo.

El siguiente aspecto observado fue el uso de elementos complementarios durante la caminata, incluyendo en este grupo a las cámaras de fotos, mapas, guías de campo, entre otros. En este caso se observaron como elementos el celular, el uso de mochila de trekking, cámara e incluso trípode, bastones de trekking y otros, como libros, *selfie stick*, trípode, cuadernos, etc.

Otro de los ítems de observación fueron las actividades que los senderistas realizaban tanto en el valle como en la laguna, que se establecieron luego del análisis del registro filmico. Las actividades más comunes incluyeron sacar fotos, contemplación en silencio y tomar *selfies*.

En cuanto a los marcadores en el sendero, se identificó un marcador principal establecido como tal: la cartelería, ubicada en el sector del primer valle; y dos marcadores que se establecieron espontáneamente: un mirador en la roca en el fin del sendero y un tronco característico ubicado en la costa, ambos localizados en el sector de la laguna. En cuanto a la cartelería, un 22,7% de los visitantes realizó una parada para observar un cartel que nombra los cerros de la cordillera visibles desde ese punto. Las personas que se detenían se notaban interesadas en poder reconocer los nombres de las montañas, señalando y sacando fotos a las mismas.

En el sector de la laguna, un 27,3% se detuvo en la roca mirador que permite una amplia vista a la laguna y al valle en tanto un 17% se aproximó al tronco que se encuentra en la costa, ya sea a sacar fotos o a tocar el agua.

Considerando los diversos componentes con los que cuenta el sendero, se identificó el interés que despertaban en los senderistas durante cada sector observado. El cordón montañoso presentó interés en un 70% de las personas observadas, teniendo en cuenta que la cordillera se puede ver desde ambos sectores, tanto desde el valle, que se aprecia en mayor extensión, como desde la laguna. Sigue en importancia el valle con un 56,1%, en tanto la laguna y el bosque despertaron interés similar, con un 51,8% y un 51,2% respectivamente; la castorera (35,2%) y la turbera (20,9%) son los atractivos que generaron menor interés.

En función de esta situación, se pudo identificar que el comportamiento de los visitantes conforma parte de la experiencia turística y permite comprender, como sucede en el senderismo, la forma en la que los visitantes se vinculan con el ambiente natural.

A partir de estos resultados obtenidos, a través de la observación de comportamiento se reafirma la satisfacción de la experiencia en una relación dialógica con el ambiente y pautas construidas socialmente. A pesar de las condiciones resultantes del uso intensivo del sendero, el visitante obtiene una experiencia satisfactoria que en algunos casos logra superar ampliamente sus expectativas y motivaciones.

Dichos resultados conforman una herramienta de suma utilidad para la toma de decisiones, sirviendo particularmente, a los planificadores del espacio natural de uso turístico, y, además, contribuyendo al corpus de conocimiento sobre esta modalidad de turismo en la región.

Referencias bibliográficas

- Araujo, N., Paül, V., y Fraiz, J. (2011). El Turismo Activo o de Aventura como componente destacado del Turismo de Naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4, 8–31. Recuperado de <http://www.eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/34/33>
- Borla, M. L., y Vereda, M. (2013). Desarrollo de indicadores para la evaluación del potencial turístico de senderos. *XII Jornadas Nacionales y VI Simposio Internacional de Investigación-Acción En Turismo*, 5–7. Recuperado de <http://www.condet.edu.ar/cndt/images/ponencias/Ushuaia2013/completas/Borla y>

Vereda.pdf

- Dettmer, J. (2001). Problemas fundamentales en la articulación macro-micro: reflexiones sobre algunos intentos no consumados. *Estudios Sociológicos*, 19(1), 79–100. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/40310401>
- Donaire, J. A., Galí, N., y Royo-Vela, M. (2015). El uso de GPS para el análisis del comportamiento espacio-temporal de los turistas. Pre-test en el Valle de Boí. *Cuadernos de Turismo*, (35), 117-131. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221541>
- Edensor, T. (2001). Staging Tourism, Tourists as Performers. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 322–444.
- Galí, N., Donaire, A., Martínez-García, E., y Mundet, L. (2016). Turistas entre monumentos. El comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona (2003 y 2013). *Revista Iberoamericana de Turismo*, 5 (2), 70–84. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.5>
- Pettersson, R., y Zillinger, M. (2011). Time and space in event behaviour: Tracking visitors by GPS. *Tourism Geographies*, 13 (1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.529932>
- Prebensen, N. K., Kim, H. y Uysal, M. (2016). Cocreation as Moderator between the Experience Value and Satisfaction Relationship. *Journal of Travel Research*, 55(7), 934–945. <https://doi.org/10.1177/0047287515583359>
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). La investigación cualitativa. En *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Recuperado de http://drapuig.info/files/Investigaci_n_Cualitativa.pdf
- Vereda, M., Borla, M. L., Gigli, S. M., Collado, L., Galdames, M., Cárdenas, S. y Onyszczyk, P. J. (2011). *Evaluación del potencial turístico de senderos en Tierra del Fuego a partir de la creación de un sistema de Estudios de caso desde la representatividad de ambientes*. pp. 1–155. Ushuaia: Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. Secretaría de Ciencia y Técnica.
- Vereda, M., Cárdenas, S., Borla, M. L., Galdames, M., y Gigli, S. M. (2010). Un estudio del comportamiento de visitantes en un sendero de montaña en Tierra del Fuego, Argentina. *Actas IV Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Montevideo: Universidad de la República de Uruguay.
- Vieytes, R. (2004). Capítulo VIII: Diseños de observación. En *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas* (1ra edición, pp. 307–537). Buenos Aires.
- Xiao-Ting, H., y Bi-Hu, W. (2012). Intra-attraction Tourist Spatial-Temporal Behaviour Patterns. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 14(4), 625–645. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.647322>

Documentos

Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico (2018). Informe: Movimiento de visitantes en el Sendero Laguna Esmeralda, Tierra del Fuego / Temporada 2018. Ushuaia: IN.FUE.TUR. (Inédito).

Tierra del Fuego A.I.A.S. Decreto Provincial N° 2256/94. Creación de la Reserva natural y paisajística Valle Tierra Mayor. Boletín Oficial N° 09/09/1994.

Eje temático 4: Turismo, Territorio y Patrimonio

EL CIRCUITO TURÍSTICO CAMINOS DEL TUYÚ: ¿UNA ESTRATEGIA DE REVITALIZACIÓN TURÍSTICA?

Gonzalo Cornejo- gonzaloncornejo@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

Palabras clave: Turismo – Revitalización turística– Circuitos Turísticos- Oferta turística regional- Caminos del Tuyú (Provincia Buenos Aires)

Introducción

Una de las formas de promocionar determinadas regiones turísticas es la conformación de rutas y/o circuitos turísticos los cuales van a posicionarse en el mercado como productos turísticos. Estos consisten en la organización e integración de localidades, productos, comunidades, entre otros a una red dentro de una región determinada a partir de identificar y/o crear elementos que los integrantes de la ruta tienen en común (Gambarota & Lorda, 2017). La conformación de nuevos productos turísticos en forma de ruta resulta un complejo proceso en el cual la tematización ocupa un rol destacado y tiene por objeto la caracterización de la ruta y de su identidad. Este objetivo se lleva a cabo mediante la construcción de narrativas que reelaboran y/o incluso generan nuevas imágenes y significados de los lugares, subrayando determinados aspectos considerados potencialmente sugestivos (Hernández Ramírez, 2011). Es de destacar que estas (narrativas) se construyen sobre territorios concretos los cuales soportan o sostienen a las mismas, y las fijan a ese lugar. Esto implica la adecuación del territorio a estas narrativas lo cual puede llegar a ser conflictivo, en la medida que estas pueden resultar ajenas a las poblaciones que habitan dichos entornos o bien invisibilizar o estigmatizar aspectos no considerados deseables para la caracterización de la ruta. Además, la tematización, llevada a cabo por actores concretos, es selectiva a la hora de delimitar el circuito, lo cual genera que determinados sectores se beneficien en desmedro del perjuicio de otros.

El desarrollo de las rutas y/o circuitos se encuentra fuertemente vinculado con las nuevas tendencias en turismo y responden a una demanda de los turistas de participar en propuestas de turismo alternativas y de turismo activo¹. En este sentido, la ruta o el circuito debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma, así como presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje para las comunicaciones (Gambarota & Lorda, 2017)

El presente trabajo tiene por objeto analizar el Circuito Turístico Caminos Del Tuyú, realizado de manera conjunta por los municipios de Villa Gesell, Madariaga, La Costa, General Lavalle y Pinamar, el cual cuenta como antecedente directo al Plan Estratégico Tuyú: Mar y Campo (Tauber, Delucchi & Longo, 2002). Estos municipios presentan una heterogeneidad respecto a sus aspectos físicos, demográficos, sociales y económico-productivos, con diversos tamaños poblacionales y jurisdiccionales, así como gobiernos locales de signo político distinto. A modo de ejemplo, General Madariaga y Lavalle son municipios que históricamente se han mantenido al margen del mercado turístico, mientras que La Costa, Pinamar y Villa Gesell, son municipios cuya creación

¹ El carácter “alternativo” se define discursivamente y en la propia practica turística por oposición a las practicas pasivas-contemplativas tradicionales de sol y playa.

misma ha estado fuertemente vinculada con las funciones que el turismo desempeñaba en la zona².

De esta manera, el análisis del Plan y del Circuito resulta pertinente ya que permite indagar en una variedad de situaciones que van desde la crisis experimentada por los destinos turísticos, las estrategias orientadas a superarla y el proceso de tematización, el cual tuvo como propósito la construcción material y simbólica del Circuito.

Con relación a la crisis, cabe mencionar que esta estuvo vinculada con las transformaciones económicas y sociales en la sociedad argentina llevadas a cabo por el gobierno menemista en el marco de la implementación del modelo neoliberal durante la década de 1990 con importantes efectos sobre el turismo. En este periodo, el gobierno implantó un programa de ajuste, basado en la reestructuración global del Estado caracterizado por el achicamiento del Estado cuyas consecuencias serán, entre otras, la flexibilización y precariedad laboral y el desempleo (Svampa, 2005), atacando fuertemente el trabajo asalariado y el modelo de desarrollo orientado al mercado interno (ambos pilares del turismo masivo). Estas transformaciones incidirán en la forma en que se tendrá acceso al tiempo libre, dando lugar a una mayor fragmentación de este (Bertoncello, 2006). A su vez, en esta década comienzan a imponerse nuevas tendencias en la práctica turística refieren al surgimiento de formas de turismo específicas derivadas de un contexto caracterizado por la fragmentación social y el consumo diferenciado según nichos de demanda. (Bertoncello 2006). En base a investigaciones previas (Cornejo, 2019a) podemos destacar que los procesos mencionados han conducido a que los destinos tradicionales de sol y playa de la Provincia de Buenos Aires experimenten situaciones de crisis y decadencia. Estas resultan especialmente visibles en el deterioro/depreciación material y simbólico en algunos de ellos, y en las dificultades para sostener el volumen de visitantes necesarios para su adecuado sostenimiento social y económico.

Como respuesta a ello, en las últimas dos décadas se han observado una diversidad de propuestas y acciones tendientes a enfrentar el contexto de crisis. Las mismas no han planteado la reorientación de la actividad económica productiva de las localidades en crisis, sino que continúan apostando al turismo como la actividad mejor posicionada para generar procesos de desarrollo económico local³.

La indagación del Circuito Caminos del Tuyú es pertinente ya que su creación puede ser entendida como una estrategia orientada a superar contextos adversos. Al incorporar localidades próximas a destinos de sol y playa, pero con una oferta turística no tradicional, el Circuito permite indagar en las formas alternativas de practicar turismo, vinculadas en este caso a lo rural y al turismo de naturaleza, las cuales se relacionan con las nuevas tendencias en turismo y cuentan con capacidad de diversificar la oferta turística. Además, su incorporación en un circuito más amplio posibilita indagar en la articulación entre prácticas turísticas tradicionales y alternativas (la integración “mar y campo”) y en la potencialidad del Circuito tanto para activar las economías de localidades

² Al respecto, el decreto-ley 9024 de 1978 menciona la existencia de ““(…) dos realidades disímiles y perfectamente palpables. Por un lado, el ámbito rural, con sus características peculiares y sus típicas poblaciones, cuya actividad se nutre, como es lógico, de la propia labor del campo. Por el otro, las ciudades balnearias que, con rapidez inusitada, se generaron a lo largo de la costa Atlántica; éstas poseen características propias que no sólo las diferencian del ámbito rural del municipio, sino que además las constituyen en fenómeno particular dentro de la Provincia de Buenos Aires”. Véase <https://normas.gba.gob.ar/ar-b/decreto-ley/1978/9024/1031> (Consultado el 07/06/2022)

³ En trabajos anteriores (Cornejo, 2019b) se ha analizado la introducción de productos turísticos en San Clemente del Tuyú (Buenos Aires, Argentina) como una estrategia que ha procurado adaptar el balneario a las nuevas exigencias y demandas turísticas, y superar así la crisis captando a sectores heterogéneos quienes no irían al Balneario si se continuara ofreciendo “más de lo mismo”.

no consolidadas turísticamente como para reactivar las ya consolidadas y en estado de decadencia.

Por otro lado, resulta pertinente indagar en el proceso de tematización que tuvo por objeto construir material y simbólicamente el Circuito turístico. El mismo, estuvo fuertemente relacionado con la noción de pampeanidad (Mantero, 2007), la cual remite a la condición de atributo que signa a los territorios interiores de la provincia de Buenos Aires, representado por un paisaje cuyos atributos naturales y culturales singulares permiten la conformación de cierta identidad. De esta manera, el campo, el agro, el pastizal pampeano, los humedales, los bosques, las dunas, la playa y el mar, entre otros, son todos atributos que pueden sintetizarse en la idea “Del Tuyú” que caracteriza y otorga identidad al Circuito. En términos geográficos, deconstruir este proceso de tematización y construcción de atractivos permite nuevas lecturas del territorio que se oponen a lecturas dominantes que entienden los atractivos del territorio como cualidades inherentes a los mismos.

El presente trabajo presenta avances de una investigación en curso de carácter exploratoria y que da continuidad a indagaciones iniciales difundidas en investigaciones previas (Cornejo, 2019a). Este trabajo analiza datos cuantitativos provenientes de fuentes estadísticas, y cualitativos relevados en documentos oficiales, material de promoción, y a través de entrevistas a informantes clave; la observación y registro directo en trabajo de campo complementa las fuentes precitadas.

Como se ha mencionado, el trabajo da cuenta de una investigación en curso, por lo que los hallazgos que se presentarán a continuación deben ser tomados como preliminares, sujetos a revisión y compartidos para su discusión:

- El Circuito se presenta como una iniciativa de revitalización la cual resulta novedosa, ya que plantea un parteaguas en la forma de entender la proximidad geográfica entre destinos. Históricamente, la cercanía entre balnearios próximos suponía situaciones de competencia para captar turistas, marcando su singularidad por oposición crítica⁴ a los otros y existiendo superposición de acciones y escasa visión de conjunto. La idea de un Circuito puede pensarse como una ruptura a esta forma de conceptualizar la cercanía entre destinos y pensar en una posible complementariedad y cooperación entre ellos que trasciende lo turístico.
- En términos generales, el Circuito contribuye a la renovación/revitalización en la medida que la integración de localidades posibilita la diversificación y ampliación de la oferta turística, la cual deja de estar centrada en cada una de ellas para pasar a ser regional. Esto posibilita la complementariedad turística y la reconstrucción de su atractividad (o capacidad de atracción) la cual se encuentra decadente. Esto no significa en absoluto que los productos tradicionales (es decir, el sol y playa) hayan perdido su capacidad de atraer turistas, sino que se ofrecen otros productos para satisfacer demandas turísticas heterogéneas (recordemos el contexto de nuevas tendencias en turismo) y captar así la atención de turistas interesados en algo más que el tradicional sol y playa. Además, el Circuito posibilitaría la reducción de la estacionalidad turística, en la medida que esta nueva oferta turística regional se presenta como una alternativa menos sensible al factor climático

⁴ Esto requiere continuar siendo investigado, pero es un dato de la realidad que el entorno ambiental de Villa Gesell se encuentra más forestado que el entorno de San Bernardo. Así mismo, los visitantes de Pinamar pertenecen a sectores de mayor poder adquisitivo que el de aquellos que visitan Santa Teresita.

- El caso de estudio analizado resulta interesante ya que permite cuestionar el análisis clásico sobre el turismo relativo al rol del territorio en la definición de atractivos. Al centrar su atención sobre las especificidades de los lugares de destino, el análisis clásico entendió los atractivos como cualidades inherentes a los lugares. El análisis del Circuito permite observar cómo los atractivos de la región no son cualidades inherentes, sino que resultan de un proceso complejo en el cual estas (cualidades) se transforman en atractivos en función del tipo de turismo que se propicia. Esto permite entender cómo en la actualidad se consideran atractivos cualidades de los lugares históricamente ignoradas y/o incluso consideradas negativas.

Referencias bibliográficas

- Bertoncello, R. (2006). “Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina’”. En A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo y M. L. Silveira (comp.), *América Latina: cidade, campo e turismo*. San Pablo, Brasil: CLACSO.
- Cornejo, G. (2019a). *Productos turísticos alternativos al sol y playa en San Clemente del Tuyú (Provincia de Buenos Aires, Argentina): Entre las estrategias de revitalización y las condiciones del lugar*. Tesis de grado para la obtención del título de Licenciado en Geografía. Buenos Aires: FFyL-UBA (mimeo).
- Cornejo, G. (2019b). “¿Revitalización turística en el partido de la costa?: Análisis de la nueva oferta turística de San Clemente del Tuyú”. XXI Jornadas de Geografía de la UNLP, 9 al 11 de octubre de 2019, Ensenada, Argentina. Construyendo una Geografía Crítica y Transformadora: En defensa de la Ciencia y la Universidad Pública. EN: Actas. Ensenada: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). “El turismo como estrategia de desarrollo local”. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.
- Hernández Ramírez, J. (2011). “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales”. *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural*, 9 (2), 225-236.
- Mantero, J. C. (2007). “Devenir turístico y desarrollo local. Urbanizaciones del litoral y nodalidades del interior”. Informe. Mar del Plata: UNMDP, FCEyS
- Svampa, M. (2005). *La sociedad excluyente: la Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Tauber, F., Delucchi, D. & Longo, J (2002). “La construcción de una región a partir de un proceso de planificación participativa: Región Tuyú Mar y Campo, una experiencia inédita de planificación estratégica participativa”. IV Seminario Nacional de Redmuni/INAP: “*Articulaciones Interinstitucionales para el Desarrollo Local*” (Córdoba, Argentina, 29 de noviembre de 2002).

Eje Turismo, Territorio y Patrimonio

USHUAIA Y LA ANTÁRTIDA: CONEXIONES PATRIMONIALES COMO EJE PARA EL DESARROLLO DE UNA OFERTA TURÍSTICA TEMATIZADA

Giselle Medina- gismed6@gmail.com

Marisol Vereda- mvereda@untdf.edu.ar

Instituto de Desarrollo Económico e Innovación, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

Mónica Salemme- msalemme@untdf.edu.ar

CADIC-CONICET

Instituto de Cultura Sociedad y Estado, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

Palabras clave: Puerta de entrada- conexiones patrimoniales- percepciones- actores - identidad competitiva

Introducción

Ushuaia, la capital de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, es la puerta de entrada marítima más activa a la Antártida. Las ciudades portuarias más cercanas a este continente resultan imprescindibles para que las operadoras turísticas puedan llevar a cabo las operaciones necesarias tales como recambio de pasajeros, abastecimiento, logística, entre otras. En este sentido, el concepto de puerta de entrada hace referencia a aquellos puntos a los cuales hay que acceder para realizar una determinada ruta hacia otro destino (Jensen y Vereda, 2016). Bertram, Muir y Stonehouse (2007) definen una puerta de entrada a la Antártida como un puerto costero o isleño que, debido a su proximidad a la Antártida, es capaz de beneficiarse de esta situación y de controlar el acceso a los recursos antárticos, incluyendo las actividades que tienen lugar allí tanto actividades gubernamentales como no gubernamentales.

El turismo antártico es una actividad comercial que involucra el desplazamiento de personas al sur de los 60° Sur (Área del Tratado Antártico), con fines de ocio y con motivaciones relacionadas con la observación y disfrute de la vida silvestre, paisajes dramáticos y prístinos, interés científico e historia de la exploración antártica (Vereda y Jensen, 2014).

Los primeros viajes de turismo marítimo a la Antártida fueron organizados por la Argentina y comenzaron en el año 1958 (Jensen y Vereda, 2016). Continuaron desarrollándose a partir de la iniciativa pública y, posteriormente, fue el sector privado el que comenzó a llevar adelante la actividad, presentando un comportamiento regular a partir de comienzos de la década de 1990. En el año 2017 se preveía un incremento significativo de pasajeros para la temporada 2020/2021, en virtud de la renovación de flotas con la incorporación de buques más modernos y de mayor porte; sin embargo, esta expectativa se vio paralizada por la situación derivada de la pandemia por COVID-19.

A pesar de la relevancia del turismo antártico en Ushuaia, es notable la ausencia de una oferta de excursiones y/o circuitos turísticos especializados en la temática antártica como complemento del producto antártico. De acuerdo a estudios previos (Vereda, 2008, 2010 y 2018), las excursiones se consideran una forma de ocupar el tiempo de recambio de pasajeros en el buque en el día previo o posterior al viaje.

Por otra parte, la población local, incluso algunos actores relacionados con la actividad turística, suelen concebir a Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida

únicamente desde una perspectiva económica, particularmente, a partir de la oferta de servicios logísticos, de abastecimiento y turísticos básicos.

Estudios recientes (Medina 2022) han identificado una serie de relaciones patrimoniales entre Tierra del Fuego y la Antártida que son evidentemente desconocidas o ignoradas. Estas conexiones, no obstante, constituyen una alta posibilidad de construir la complementariedad entre ambos destinos, e incluso diferenciarlo de otros. Sin duda, esto podría contribuir con la generación de una identidad antártica. Desde este punto de vista, Guyot (2013) sostiene que la apropiación histórica y cultural vinculada a la Antártida, una vez materializada, puede dotar al territorio de una nueva identidad. Y en el mismo sentido, “lo que también caracteriza las puertas de entrada son las expresiones educativas, artísticas y culturales, que relacionan la ciudad puerta de entrada con la Antártida” (Jensen y Vereda, 2016, p. 3).

Por ello, resulta de interés conocer las miradas de los actores implicados en la actividad turística del territorio sobre la relación entre Ushuaia y la Antártida a partir de los elementos materiales y simbólicos que ofrecen ambos espacios geográficos y así reconocer su imaginario. Desde el punto de vista del desarrollo territorial, se observa que este conocimiento es un instrumento relevante para la diversificación de la oferta turística, la especialización del destino y la puesta en valor del patrimonio.

A partir de esta perspectiva se plantean diferentes interrogantes: ¿Cuál es el alcance del conocimiento sobre las relaciones patrimoniales entre Tierra del Fuego y la Antártida por parte de diversos actores (visitantes, residentes y actores locales relacionados directamente con la Antártida)? ¿Qué factores inciden en la posibilidad de identificar a Tierra del Fuego como destino complementario de la Antártida? Estas relaciones patrimoniales, ¿son suficientemente atractivas para implementarlas en circuitos turísticos? En función del problema planteado, los objetivos de este trabajo son los siguientes:

- Analizar la percepción y el conocimiento de los visitantes antárticos, de residentes y actores implicados en el turismo antártico tanto del sector público como privado sobre el patrimonio cultural y natural que conecta a Tierra del Fuego con la Antártida.
- Indagar sobre las posibilidades de Ushuaia como destino turístico que complemente la experiencia antártica en función de las conexiones patrimoniales entre ambos espacios.

Marco teórico de referencia

El turismo surge en el contexto moderno por su vinculación con los procesos de urbanización e industrialización, principalmente con la conquista del derecho laboral, diferenciándose así la esfera del trabajo y la esfera del ocio, entendido este último como el tiempo de no trabajo, es decir, el tiempo libre y de actividades lúdicas. El tiempo de trabajo y tiempo de ocio irán tomando formas específicas en las diferentes sociedades y distintos periodos históricos, ya que son dos caras de la misma moneda que, con el pasar del tiempo irán consolidándose entre sí (Bertoncello, 2002). Ahora bien, no se puede dejar de lado la idea de que el turismo, al igual que otras prácticas sociales, requiere de un proceso que le permita apropiarse del territorio. Es así como “las prácticas sociales del turismo crean, transforman e inclusive valorizan diferencialmente los territorios que no tenían valor desde la lógica de la producción” (Cammarata, 2006, p. 356).

De esta manera, el turismo como práctica social va transformando los aspectos sociales, por ejemplo, produciendo alteraciones en la organización temporal del individuo, la patrimonialización de los bienes culturales y naturales, las modificaciones

en el territorio por cambios en la infraestructura urbana, el origen de nuevas actividades socioeconómicas, entre otros.

El turismo también puede constituirse en un importante vector de desarrollo territorial. De acuerdo a Cammarata (2006), el factor cultural integrado a la actividad turística contribuye al desarrollo local a través del fortalecimiento de la identidad cultural por medio de la educación. En relación con el desarrollo local, Boisier (1997) plantea la necesidad de colocar al territorio en posición “ganadora”. En este sentido Anholt (2007), desde una perspectiva más relacionada con la comercialización, propone el concepto de identidad competitiva. Este autor sostiene que el mundo actual es un mercado, y que en el avance rápido de la globalización cada ciudad, país o región tiene que competir entre sí por los consumidores, turistas, inversores, estudiantes o emprendedores mundiales, por la atención y el respeto de los demás, y esta necesidad de diferenciación con respecto de los otros conduce a buscar especificidades culturales propias. Este concepto de identidad competitiva describe la síntesis de la gestión de marcas con la diplomacia pública, el comercio, la inversión, la promoción de las exportaciones y el turismo. Para Bustos Cara (2001), la especificidad territorial (IC de acuerdo a Anholt, 2007) de patrimonializar valores territoriales, es un proceso de apropiación colectiva que conlleva a asumirlos como propios, pero que también requiere de reconocimiento externo. Esto “puede conformar políticas expresas o no, y manifestarse en los diferentes tipos de instituciones (identitarias, organizacionales, etc.)” (Bustos Cara, 2001, p. 23).

Por su parte, el turismo cumple un rol destacado en la puesta en valor del patrimonio (Prats y Santana, 2011), pero usualmente al referirse al concepto de patrimonio se remite a la idea de herencia, en general, de bienes o de hacienda, y se debe precisamente al origen latino de la palabra *patrimonium*, lo que se hereda del padre (Zamora Acosta, 2011). Lo anterior se da en plano individual, pero cuando se extiende a la esfera social, se manifiesta la idea de un patrimonio histórico-cultural de todos. En este marco, Bustos Cara (2004) enfatiza que el patrimonio demanda un reconocimiento específico y, “[...] como la identidad, debe ser reconocido por el individuo, grupo o colectividad determinada, siendo articulador del pasado, presente y futuro, pero que conduce sobre todo hacia el futuro asegurando quiénes somos ante la incertidumbre del porvenir” (Bustos Cara, 2004, p. 17).

Atendiendo a lo anteriormente expuesto, Vereda (2016) plantea un análisis sobre el imaginario focalizado en la promoción de los destinos turísticos, y refiere a los procesos y condiciones de los que se sirve el turismo para promocionar y comercializar lugares específicos en base al uso del imaginario. Además, la generación de lugares turísticos es influenciada por varios factores, creando una dinámica turística que está basada en dos dimensiones: material (objetiva) y la representacional (subjetiva). La primera incluye todo el equipamiento, servicios, suministro, empleo, etc. La segunda hace referencia a la producción de narrativas (textuales y visuales) que muestran “cómo leer” el lugar desde la perspectiva turística.

Metodología

Con el fin de abordar los objetivos planteados y siguiendo las aproximaciones teóricas presentadas anteriormente, se utilizó una metodología de carácter mixto.

La técnica para el análisis cuantitativo seleccionada en esta investigación es la encuesta. Se realizaron encuestas a dos grupos, por un lado, a visitantes antárticos y, por otro, a residentes de Ushuaia. En el caso de los cruceristas antárticos, el muestreo se llevó adelante durante la temporada estival 2019-2020, una vez finalizado el viaje antártico, mediante formularios autosuministrados, alcanzando 319 encuestas. Un mismo número de encuestas fueron completadas por residentes de Ushuaia, totalizando 638 entre ambos

grupos. Para la sistematización y análisis de la información obtenida se empleó el software estadístico SPSS, versión 2.0.

Para el análisis cualitativo, la técnica empleada correspondió a la entrevista en profundidad mediante formularios no estructurados. Los sujetos de análisis alcanzados por esta técnica fueron los actores sociales locales relacionados con la actividad turística y/o antártica en Ushuaia, comprendiendo actores del sector público y sector privado. Se realizaron 14 entrevistas. Luego de la desgrabación, se utilizó el software de análisis cualitativo *Atlas.ti*, versión 9, para la organización y análisis de la información.

Resultados y conclusiones

Los resultados permiten observar que los residentes y los cruceristas antárticos reconocen las conexiones tanto materiales como simbólicas que asocian a Tierra del Fuego con la Antártida. Ambos grupos demostraron interés en aprovechar diferentes ofertas que el destino Ushuaia pudiera proponer para aproximarse al contenido de esas relaciones patrimoniales, aunque han reconocido un desconocimiento importante respecto de los distintos ítems que componen estas conexiones.

Por un lado, los visitantes y los residentes centraron su interés en los componentes naturales y los relacionados con la ciencia, por otro lado, los entrevistados de los sectores público y privado, destacaron los componentes históricos y simbólicos. De este modo, se observa que los visitantes antárticos, población residente y actores locales vinculados al turismo poseen distintas valoraciones sobre los diferentes componentes que conforman las conexiones patrimoniales entre Tierra del Fuego y la Antártida en función del rol que desempeñan. No obstante, estos diferentes actores acuerdan sobre la importancia de las relaciones entre ambos espacios desde distintas perspectivas, materiales y simbólicas.

En términos generales. Los resultados demostraron que un posible circuito turístico tematizado tiene el potencial para su uso turístico, pero debe dotarse de una narrativa propia y local para contribuir a la generación de una identidad fueguina-antártica.

Referencias bibliográficas

- Anholt, S. (2007). *Competitive identity. The new brand management for nations, cities and regions*. Editorial Palgrave Macmillan.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, Vol. 6 (2), 29-50.
- Bertram, E., Muir, S., y Stonehouse, B. (2007). Gateway ports in the development of Antarctic tourism. En J. M. Snyder y B. Stonehouse (Eds), *Prospects for polar tourism*. (págs. 123-146). CAB International.
- Boisier, S. (1997). El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial. *Estudios regionales*, 48, 41-79.
- Bustos Cara, R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. *Aportes y transferencias*, Vol. 5 (1), 11-28.
- Bustos Cara, R. (2004). Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Aportes y transferencias*, Vol. 8. (2), 11-24.
- Cammarata, E. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En M. Arroyo y M. L. Silveira (Comps.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (págs. 351-366). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Guyot, S. (2013). La construcción territorial de cabezas de puente antárticas rivales: Ushuaia (Argentina) y Punta Arenas (Chile). *Transporte y Territorio*, 9, 11-38.

Jensen, M. y Vereda, M. (2016). The origins and development of Antarctic tourism through Ushuaia as a Gateway port. En M. Schillat, M. Jensen, M. Vereda, R. Sánchez y R. Roura (Eds.). *Tourism in Antarctica* (págs. 75-106). Springer.

Prats, L. y Santana, A. (2011). Turismo, identidad y patrimonio. Las reglas del juego. *Turismo y patrimonio, entramados narrativos. Revista PASOS*, 5, 1-10.

Vereda, M. (2008). Tierra del Fuego y Antártida. Un inventario de recursos turísticos desde la idea de complementariedad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 17 (3 y 4), 199-222.

Vereda, M. (2010). Images of Antarctica and Ushuaia (Argentina) as a Gateway port. En M. Hall y J. Saarineen (Eds.), *Tourism and change in polar regions. Climate environment and experience* (págs. 236-246). Routledge.

Vereda, M. y Jensen, M. (2014). Territorios remotos del turismo: la articulación de espacios turísticos asociados en el Atlántico Sur meridional. *Actas VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Universidad Nacional del Comahue, 25-27 de septiembre.

Vereda, M. (2016). Antarctica in the mind of visitors. Representations of a remote destination. En M. Schillat, M. Jensen, M. Vereda, R. Sánchez y R. Roura (Eds.). *Tourism in Antarctica* (págs. 1-19). Springer.

Vereda, M. (2018). Representaciones simbólicas, producción de imágenes y usos de los espacios. La experiencia turística de los visitantes antárticos en la Antártida y en Ushuaia como destinos turísticos remotos. *Tesis doctoral*. Universidad Nacional del Sur.

Zamora Acosta, E. (2011). Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial. *Revista PASOS*, Vol. 9 (1), 101-113.

Eje 4: Turismo, Territorio y Patrimonio: Patrimonio natural y cultural

DIVERSIFICACIÓN DEL RELATO TURÍSTICO DE USHUAIA, TIERRA DEL FUEGO: LOS CONINTES, ÚLTIMOS RECLUSOS DEL PRESIDIO (1960)

Camila Denise Weth- camidenweth@gmail.com

IDEI-UNTDF

Palabras clave: Presidio- Patrimonio, Conintes, Relato- Atractividad

Introducción

La ciudad de Ushuaia, capital de la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur - en adelante Tierra del Fuego - se ha convertido en las últimas décadas en un destino turístico icónico en Argentina. La prestación de servicios turísticos es variada y heterogénea, aunque los productos generados por recursos y atractivos naturales resultan paradigmáticos. Sin embargo, diferentes elementos patrimoniales que referencian a la historia local, sus hitos fundacionales y sus primeros habitantes, brindan la posibilidad de creación de una oferta turística basada en aspectos tradicionalmente considerados culturales. Entre estos se destaca el Presidio de Ushuaia. Su puesta en valor lo convirtió en centro de atención y foco de visita turística, a la vez de ofrecer programas educativos para divulgar la historia local entre las generaciones más jóvenes. Este proceso de patrimonialización ha instalado ciertos discursos que forman parte del “relato turístico oficial” de Ushuaia al reproducir algunos aspectos vinculados con la cárcel, a la vez de desatender o invisibilizar otros no considerados valiosos para la activación patrimonial. En este contexto, esta investigación busca reflexionar acerca del discurso oficial que ofrece el Museo del Presidio a sus visitantes, entendiendo que dentro de un panorama cultural complejo, dinámico y fracturado, los museos tienen responsabilidades que asumir, enfrentándose como institución a la necesidad de reinventarse (Salgado, 2004).

El edificio, declarado Monumento Nacional en 1997, es reconocido internacionalmente por su valor histórico y arquitectónico como Cárcel del Fin del Mundo. En las últimas décadas es administrado por la Asociación Civil del Museo Marítimo y, en los pabellones y celdas originales, funcionan el Museo Marítimo, el Museo Antártico, el Museo del Presidio y el Museo de Arte Marino, como también una galería de arte y diferentes exposiciones temporales. En este caso de estudio, se acota el área de investigación al Museo del Presidio, donde se exhibe la historia desde su construcción hasta su cierre como tal en el año 1947. Se trata de un emplazamiento construido por los mismos convictos que lo habitaron a principios de siglo XX: penados y reincidentes, considerados los criminales más peligrosos del país que eran llevados a Ushuaia para cumplir condena. Entre ellos se destacan: Cayetano Santos Godino “El Petiso Orejudo”, Mateo Banks, el anarquista Simón Radowitzky, las remesas de presos políticos radicales en el año 1930. Estos personajes, arbitrariamente seleccionados y considerados “presos famosos”, constituyen las principales atracciones del Museo, ubicado en el Pabellón 4.

Posteriormente al cierre de sus puertas como institución de encierro por decreto presidencial de Juan Domingo Perón, poco se sabe acerca de sus usos. El único material expuesto que evidencia el empleo posterior de la cárcel es una placa con el nombre de 45 hombres que cumplieron condena en casi absoluta clandestinidad con respecto a la sociedad argentina en el año 1960, durante el gobierno democrático de Arturo Frondizi.

Allí estuvieron prisioneros durante 102 días en las paupérrimas condiciones de vida, ya que el emplazamiento fue utilizado como polvorín y depósito desde hacía 13 años¹. Estos fueron los presos del Plan CONINTES, (Comoción Interna del Estado), medida tomada por el Poder Ejecutivo a partir del año 1958 en contexto de Estado de Sitio (Ley 14774/58), sancionado como Decreto secreto (9880/58) y público posteriormente (2628/58). Esta disposición autorizaba a las Fuerzas Armadas a detener y trasladar arbitrariamente personas, acusadas de perturbar el orden y la paz social, quedando sujetos a juicio por los Consejos de Guerra de las Fuerzas Armadas. Esto aumentó la participación de los militares ante los conflictos internos, -actuando, reprimiendo y juzgando- cuya escalada comenzó en la década de 1940 y se profundizó con los subsiguientes golpes de Estado. Con este accionar se trataba de coartar las ideologías opositoras a través de la figura del “otro”, del “enemigo interno”, del “subversivo”. En palabras de Bustos (2015) “si bien englobamos en la figura del opositor político al delincuente de la época, es necesario destacar la heterogeneidad de actores sociales que serán perseguidos durante el período” (p.95), como sindicalistas, obreros, estudiantes, militantes políticos y cualquier “otro” que perturbara el orden establecido. Además, para varios autores, (Ruffini, 2018; Bustos, 2014; Castronuovo, 2018) el plan CONINTES constituyó un antecedente directo de la Doctrina de la Seguridad Nacional al incorporar al enemigo interno como eje del conflicto y se plantea como la antesala de lo que fue el Golpe de Estado de 1976, debido a la injerencia que tenían las Fuerzas Armadas en los asuntos del Poder Ejecutivo y la implementación sistemática de tortura a los detenidos.

A partir de estos eventos relacionados con el uso del Presidio de Ushuaia, el objetivo que se plantea en esta investigación es diversificar su relato turístico tradicional y visibilizar identidades que constituyen parte fundamental del patrimonio del Fin del Mundo, y en especial del Monumento Histórico. Para ello, se propone recuperar el episodio de los presos CONINTES a través de diversas fuentes, analizar su atractivo turístico y reflexionar acerca de los discursos hegemónicos instaurados alrededor de esta institución de encierro y su vínculo con la construcción del territorio fueguino. Cabe destacar que el trabajo aborda algunos avances preliminares del proyecto PIDUNTDF “Historias de ausencias en el relato turístico de Ushuaia”, acreditado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, cuyo objetivo principal es aportar académicamente a la consolidación del campo de la historia reciente local e interpelar los relatos turísticos sobre procesos históricos específicos.

En las últimas décadas, la actividad turística es de fundamental importancia para la preservación, protección y difusión del patrimonio, entendido como un conjunto de factores, culturales y naturales, que interactúan entre sí y van construyendo identidades (Pastor Alonso, 2003). Además, siguiendo a Pratts (1997), consideramos que todo patrimonio es cultural, ya que es una invención y una construcción social, aludiendo en primer término a la capacidad de generar discursos de poder sobre la realidad y, en segundo término, a la legitimación de estos relatos como hegemónicos por parte de la sociedad. Partimos de la base que los bienes materiales o inmateriales consagrados en la categoría de patrimonio constituyen referentes de un relato que pone el acento en ciertos aspectos de la construcción histórica del territorio pero que, a la vez, quedan fuera otros bienes que ilustran acerca de instancias menos conocidas o valoradas (Conti et al., 2013). Asimismo, los fenómenos de patrimonialización y las producciones culturales sólo pueden ser entendidas de acuerdo con las situaciones políticas en las que están inmersas, teniendo en cuenta que las activaciones patrimoniales son frecuentemente el resultado de conflictos y oposiciones (Van Geert et al., 2017). Por otro lado, sintetiza Salgado (2004)

¹ A excepción del año 1955, donde el Presidio se reabrió para encarcelar a los presos políticos durante la Revolución Libertadora.

que todo público ejerce una agencia interpretativa y el proceso de planificar una exposición es una dinámica atravesada por distintos intereses y fuerzas, por un complejo tejido de relaciones de poder. Así, el museo contemporáneo se despliega en el espacio teórico, ya no como un medio de control y legitimación, sino de contienda. En este mismo sentido, la construcción de atraktividad de recursos turísticos es un proceso continuo, a través de la asignación de determinados valores a distintos elementos. De esta manera, la condición de atraktividad turística no resulta de sus propiedades intrínsecas, sino de procesos de valorización social que definen cuáles de esos rasgos se transformarán en atractivos turísticos (Cohen y Benseny, 2016). Es decir, que las prácticas y los discursos que construyen un lugar como turístico definen cuáles atributos se convertirán en atractivos y a través de qué imágenes y constructos serán puestos en valor.

En este sentido, Navarro (2015) propone la distinción entre recursos y atractivos turísticos, entendiendo a los primeros como bienes naturales, culturales y humanos, tangibles e intangibles, muebles e inmuebles con características relevantes; y a los segundos como representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos mediante la implementación de estrategias que permiten generar en los turistas actitudes vinculadas con la contemplación, la interpretación y la participación para facilitar una experiencia turística memorable. Para el autor, el proceso de transformación del recurso en atractivo consiste en hacer que el recurso sea conocido y visitable. Para ello, es necesario un proceso de *identificación* -reconocimiento y valoración del recurso-, seguido de una *conversión* para facilitar la experiencia turística. En este caso, la *conversión* parte del desarrollo del relato, la creación de equipamiento e instalaciones turísticas, la diagramación de actividades, la capacitación de recurso humano especializado, el diseño de productos turísticos y la promoción pública y privada del recurso, entre otros. Para ello, se propone una valoración de recursos turísticos que amplía la jerarquización de CICATUR-OEA -evaluada en términos geográficos- y destaca las variables unicidad, superioridad, antigüedad, novedad, frecuencia, diversidad, significación, funcionalidad y sensorialidad como relevantes para la conversión del recurso en atractivo turístico. Además, sostiene que las características del recurso definen el tipo de vínculo posible y provocan una determinada actitud en el visitante. En el caso particular de los recursos que brindan información, van a establecer vínculos intelectuales y una actitud interpretativa, que se pondrá en juego a través de la construcción de un relato y puede ser reforzada por instalaciones o actividades. Por último, es conveniente destacar que no todos los atractivos constituyen productos turísticos (Conti et al., 2013), ya que implica una serie de condiciones que tienen que ver no sólo con la accesibilidad estructural sino también con la comercialización y puesta a disposición de estos.

Metodológicamente, la investigación recurre al método histórico. Su carácter es cualitativo y su alcance descriptivo con enfoque transdisciplinar, ya que se propone aportar valor turístico a la investigación histórica. La recolección de datos resultó compleja y fragmentada, debido a la ausencia de información sistematizada sobre la reclusión de los CONINTES en Ushuaia. Cabe mencionar que el caso se hizo público en 2010, cuando un grupo de investigadores a cargo de la historiadora Carina Villafañe descubrieron en la ciudad de Córdoba, unas cajas mohosas con documentación manuscrita de los presos y mociones de la Cámara de Diputados. Éstas constituyen las fuentes primarias que se relevaron, accesibles en el Archivo de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación de manera virtual. Incluso, se buscó establecer comunicación a través de redes sociales con los últimos exreclusos con vida y rastrear a aquellos pobladores locales que recuerden este hecho histórico. En cuanto a las fuentes secundarias, se analizaron entrevistas a exreclusos y al director del Museo Marítimo, y se relevó material periodístico y bibliográfico orientado al turismo local y a la historia

reciente argentina. Se destaca la ausencia de mención de este hecho en los principales libros de divulgación turística local: Borla y Vereda (2015); Goodall (1979) y Canclini (1984). Está en proceso la revisión de diarios fueguinos de la época.

Como resultados preliminares, se logró articular el episodio particular de los CONINTES en Tierra del Fuego con el contexto histórico nacional y regional. De este modo, se destaca el rol de la Patagonia como lugar de castigo y reclusión, ya que el traslado de presos políticos a lugares remotos formó parte de la política de represión estatal de la época (Castronuovo, 2018). No obstante, resulta interesante subrayar el valor que tomó la región durante el desarrollismo de la década de 1960, que permitió el crecimiento económico y poblacional a través de inversiones estatales: construcción y pavimentación de rutas, desarrollo de la industria petrolera y de gas natural, entre otros. Asimismo, se documenta la visita del presidente Frondizi a Ushuaia para inaugurar el Hospital Regional, el mismo año en que trasladaban a los detenidos CONINTES al Presidio. Por otro lado, la dificultad de hallar informantes clave durante el periodo investigado permite plantear ciertos interrogantes con relación al conocimiento de la comunidad sobre dicho suceso y delinear algunas características constitutivas de la población de aquellos años. En síntesis, se observan características de atractividad turística en esta nueva narrativa, vinculadas a la novedad, significación y unicidad (Navarro, 2015) que son favorecidas por las instalaciones del Museo y se potencian a través de la interpretación del discurso. Finalmente, estos avances iniciales permiten sistematizar información de calidad para la revitalización de los discursos tradicionales de la historia de Ushuaia. De esta manera, se favorece introducir la categoría de “presos políticos” como eje de análisis al observar que han sido penados frecuentes en el Presidio durante todo el siglo XX (1909, 1930, 1955 y 1960). Por otro lado, se espera que la investigación contribuya a visibilizar estas identidades como parte de la historia local en el marco del Proyecto donde está inscripta, a través de actividades de extensión, la tematización de las visitas al museo y la producción de materiales bibliográficos de divulgación.

Referencias bibliográficas

- Borla, M.L y Vereda, M. (2015). *Explorando Tierra del Fuego: manual del viajero en el Fin del Mundo*. Utopías.
- Bustos, R. (2014). Cuestión Social y criminalidad: Reconstrucción histórica de la figura del criminal (1880-1980). *Revista Cátedra Paralela*, 11, 78-103.
- Canclini, A. (1984). *Ushuaia: 1884-1984: Cien años de una ciudad argentina*. Asociación Hanis.
- Castronuovo, S. (2018). Presos políticos y presos Conintes: las investigaciones en la Cámara de Diputados de la Nación durante el frondicismo (1958-1962). *Anuario del Instituto de Historia Argentina*, 18 (2), 77. <https://doi.org/10.24215/2314257Xe077>
- Cohen, C. y Benseny, G. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: Recursos Territoriales y Atractivos Turísticos. In Lan, Diana, (Ed.), *Geografías en diálogo. Aportes para la reflexión* (pp. 35-41). Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Conti, A., Charne, U., Moscoso, F.V., Comparato, G.J., Cassani, M.J., Sahores Avalis, V., Rucci, A.C. (2013). *Evaluación de atractivos para la identificación de nuevos productos turísticos. Caso de estudio: región Capital de la provincia de Buenos Aires*. Congreso CONDET, Ushuaia, Argentina.
- Goodall, N. (1979). *Tierra del Fuego*. Shanamaüm.

Museo Marítimo y del Presidio. (9 de junio de 2022). *Museo del Presidio de Ushuaia*. <https://museomaritimo.com/es/museo-del-presidio-de-ushuaia>

Nardi, P. (2019) *La increíble historia de los últimos presos del penal de Ushuaia, la carcel del fin del mundo*. INFOBAE. <https://www.infobae.com/sociedad/2019/03/05/la-increible-historia-de-los-ultimos-presos-del-penal-de-ushuaia-la-carcel-del-fin-del-mundo/>

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 35, 335-357.

Pastor Alonso, M. J. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*. 9(20), 97-115. <https://doi:10.1590/S0104-71832003000200006>

Pratts (1997) *El concepto de Patrimonio Cultural*. Ariel

Ruffini, M. (2018) La trama de la represión. El plan CONINTES en el sur argentino (1958-1962). *Coordenadas, Revista de Historia local y regional*. 1(6), 20-40.

Salgado, M. (2004). Museos y patrimonio: fracturando la estabilidad y la clausura. *ICONOS, Revista de Ciencias Sociales*, 20, 73-81.

PATRIMONIO, GASTRONOMÍA Y TURISMO: REVALORIZACIÓN DE ALIMENTOS EN LA QUEBRADA DE HUMAHUACA

Fabio Mendez- fabiomendez@fhycs.unju.edu.ar
UNJu-UCSE

Fernanda Beramendi- aberamendi@fhycs.unju.edu.ar
UNJu

Mónica Montenegro- mmontenegro@fhycs.unju.edu.ar
UNJu - UCS

Introducción

Habitualmente suele considerarse a la gastronomía como una dinámica que debe asumir una doble función, la de expresar una alimentación apetecible y de calidad, nutricionalmente adecuada y variada. A nuestro modo de ver, la gastronomía constituye un proceso sociocultural complejo y dicotómico: a la vez material y simbólico que, en ocasiones se convierte en patrimonio cultural de los pueblos.

En la actualidad visitantes y turistas manifiestan un interés creciente por el consumo de productos alimenticios locales elaborados con alimentos propios de la región y cuyas prácticas culinarias reflejen la cultura gastronómica que emerge en los destinos turísticos; esta particularidad se acentúa en los sitios que son reconocidos como parte del Patrimonio Mundial.

En este trabajo compartimos resultados preliminares de investigaciones¹ sobre turismo, patrimonio y gastronomía que hemos venido realizando en una región geográfica de la provincia de Jujuy, la Quebrada de Humahuaca, que está incluida en la lista de sitios de patrimonio mundial de UNESCO.

Al recorrer este espacio geográfico y cultural es posible observar el modo en que las comunidades locales se apropian, significan y valorizan alimentos de diversos orígenes propios de su entorno y los preparan para su consumo o preservación respetando generalmente recetas familiares que incluyen técnicas culinarias ancestrales.

En nuestro caso hemos advertido que, en el curso de las dos últimas décadas, los procesos de activación patrimonial y de desarrollo turístico sustentable implementados en la región, modificaron significativamente las gastronomías; estos cambios están asociados a la valorización turística de los alimentos y de las preparaciones culinarias tradicionales.

Este modelo de gestión turística condiciona complejas dinámicas de producción cultural que resignifican y transforman los alimentos tradicionales e incorporan otros productos y métodos en el que surgen nuevos platos que reflejan texturas, colores, aromas y sabores, re-significando saberes culinarios a través de estas manifestaciones alimentarias.

El patrimonio gastronómico se convierte en una fuente de recursos para la generación de nuevos productos destinados atraer potenciales turistas. En ese contexto, los alimentos, la producción y las cocinas regionales cobran un rol preponderante, dado que, el acto de comer resulta central en la experiencia turística.

¹ Proyecto de investigación, desarrollo e innovación: “Patrimonio, conocimientos ancestrales y turismo sostenible: aproximación interdisciplinaria a las dinámicas de producción y consumo de alimentos en Sitios de Patrimonio mundial de Jujuy”.

Nuestro interés radica en re-pensar los alcances y limitaciones del turismo en la Quebrada de Humahuaca, en estos tiempos de pandemia de covid-19, relacionando el patrimonio alimentario y las técnicas innovadoras y ancestrales empleadas en gastronomía para contribuir a la reflexión crítica sobre un desarrollo turístico regional que se aleje de los modelos masificados tradicionales.

Marco teórico de referencia

En el marco de las nuevas tendencias del turismo mundial, el patrimonio gastronómico puede ser reconocido como facilitador de la experiencia turística, donde las prácticas alimentarias ofrecen la posibilidad de ampliar la oferta del destino y quebrar la estacionalidad (Alimoski y Gerasimoski, 2012), sobre todo en sitios de patrimonio mundial.

Es dable pensar que, los turistas desean conocer el pasado y participar de experiencias innovadoras, sobre todo las que involucran a las gastronomías y las vivencias enológicas, degustando platos con sabores, aromas y colores locales (Burnett, 2000; Alimoski y Gerasimoski 2012; Sengel et al. 2015) y accediendo a bebidas producidas en bodegas y otros entornos locales. En tal sentido, un número importante de turistas identifican como uno de los principales motivos, sino el principal en la selección de un destino turístico el acceso a las gastronomías de las comunidades anfitrionas (Hall y Sharples 2004; Alimoski y Gerasimoski 2012; Sengel et al. 2015, Sormaz et al. 2016).

Los cambios en las motivaciones turísticas, modifican sensiblemente las ofertas que comienzan a proponer nuevos consumos teniendo en cuenta productos que sean naturales, orgánicos y saludables; también se ofrecen otras experiencias gastronómicas que reflejan culturas y lugares específicos (Arzeno y Troncoso 2019). De cierto modo, la gastronomía como atractivo turístico incrementa exponencialmente su valor en un contexto de consumo y producción sustentable.

El consumo de alimentos con esas características por parte de los visitantes, pone en juego nuevos desafíos para las comunidades anfitrionas, como la búsqueda de lo exótico y auténtico asociado al turismo a los fines de preservar lo distintivo de cada lugar (Mowforth y Munt, 1988). Otra dinámica que se manifiesta es la invención de tradiciones, donde el patrimonio-gastronómico y la memoria cultural se conjugan en ocasiones para renombrar un lugar y sus elementos con el fin de ponerlo en valor para el turismo (Sheller y Urry 2004).

Resultados de esa construcción social, son alimentos denominados como “productos tradicionales”, “productos típicos”, “productos de la tierra” y sus preparaciones designadas “patos típicos” o “platos regionales”. Aquí queda en evidencia la fuerza de las activaciones patrimoniales vinculadas al territorio que redefinen conceptos y experiencias alimentarias, provocando en ocasiones tensiones entre lo permanente o autóctono y la innovación o foráneo.

Estamos advirtiendo que los procesos de valoración turística del patrimonio gastronómico en la Quebrada de Humahuaca resultan más complejos y dinámicos de lo que parecen. Generalmente, están vinculados a nuevas matrices económicas y productivas de alimentos (con marca de tradición y autenticidad), donde la cultura, las tradiciones y el desarrollo local se articulan con prácticas turísticas contemporáneas, asociados a la construcción de productos andinos como atractivos turísticos (Arzeno y Troncoso, 2012 y Álvarez y Sammartino, 2009).

El interés por estas prácticas ha sido retomado por los productores de la región, a los fines de recuperar cultivos, técnicas y conocimientos ancestrales para satisfacer la demanda a partir del desarrollo de la actividad turística, como una gestión sustentable de los recursos autóctonos.

A nuestro modo de ver los modelos de gestión turística implementados en la región permiten entretejer relaciones entre patrimonio, recursos autóctonos, turismo gastronómico y saberes ancestrales, en donde la producción alimentaria local exhibe un interesante potencial para el diseño y promoción de productos turísticos gastronómicos de calidad que pueden vislumbrarse como estrategia de desarrollo sostenible² a nivel regional.

Metodología

La metodología se ha diseñado desde un paradigma interpretativo, con un enfoque cualitativo, desde una perspectiva descriptiva y sincrónica; las técnicas de que hemos seleccionado para la recopilación de información son observación, análisis documental y entrevistas semiestructuradas a los actores claves.

Nos interesa recuperar información que nos permita acceder a la comprensión de apropiaciones, significados y valoraciones asignadas a las dinámicas de producción y consumo de alimentos andinos asociados al turismo.

El campo de nuestra investigación se constituye en la Quebrada de Humahuaca, siendo nuestras unidades de observación las prácticas de producción y consumo de alimentos en el contexto de las actividades turísticas y las unidades de análisis son los discursos y las prácticas asociadas.

Resultados y conclusiones

Compartimos resultados preliminares, dado que las investigaciones se encuentran en fase inicial.

Estamos indagando acerca de las transformaciones que podemos observar en los procesos productivos alimentarios y su consumo en entornos turísticos a través de la recuperación de alimentos ancestrales y su mixtura con técnicas gastronómicas innovadoras. Nos interesa acceder a discursos de actores locales que participan de la generación de productos derivados del turismo gastronómico, analizando su vinculación con actores estatales encargados de promocionar los mismos.

Referencias bibliográficas

ÁLVAREZ, M. y G. SAMMARTINO (2009). Empanadas, tamales y carpaccio de llama: Patrimonio alimentario y turismo en la Quebrada de Humahuaca-Argentina. En: *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 18 n° 2, pp 161-175. Centro de investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina.

ARZENO, M. y TRONCOSO, C (2012). Alimentos tradicionales andinos, turismo y lugar: definiendo la nueva geografía de la Quebrada de Humahuaca (Argentina). En: *Revista de Geografía Norte Grande*, 52: 71-90.

ASLIMOSKI, P. y S. GERASIMOSKI (2012). Food and nutrition as tourist phenomenon. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 357-362.

BURNET, K. (2000). Taste of tradition: a critical examination of the relationship between heritage, food and tourism promotion in Scotland. Organización Mundial del Turismo. Chipre.

HALL, C.M.; L. SHARPLES, R. MITCHELL, N. MACIONIS y B. CAMBOURNE (Eds.). (2004). *Food tourism around the world*, Routledge, Londres.

² En la actualidad, el concepto de desarrollo sostenible relacionado al turismo se presenta como aquel que “progresa y mantiene de tal forma que resulta viable durante un período indeterminado de tiempo y que no deteriora o altera ni el entorno físico ni el humano” (Jafari, 2000)

JAFARI, J (2000). *Enciclopedia del turismo*. Madrid, España: Editorial Síntesis.

MOWFORTH, M. e I. MUNT (1998). *Tourism and sustainability. New tourism in the Third World*. Londres: Routledge.

SENGEL, T.; A. KARAGOZ, G. CETIN, F. DINCER, S. ERTUGRAL y M. BALIK (2015). Tourists approach to local food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* , 195, 429-437.

SHELLER, M. y J. URRY (2004). *Movilidades del turismo. Lugares para jugar. Lugares en juego*. Editorial: Routledge. Londres. Gran Bretaña.

SORMAZ, U., H. AKMESE, E. GUNES y S. ARAS (2016). Gastronomy and Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730.

TRONCOSO, C. y M.B. ARZENO (2019). Turismo, gastronomía y producción agraria en la provincia de Jujuy (Argentina): actores, dinámicas y transformaciones asociadas a la valorización de productos tradicionales. En: *Investigaciones turísticas (18)*, pp 168-192.

5. Eje Turismo, Educación y Conocimiento Científico

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

EVALUACIÓN INTERMEDIA DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE ESTUDIANTES DE PROGRAMAS DE HOSPITALIDAD Y GASTRONOMÍA EN UNA UNIVERSIDAD LOCAL EN TRUJILLO, PERÚ

Monica Zegarra-Alva- monica.zegarra@gmail.com

Diana Durán- diana.a.duran@gmail.com

Gonzalo de la Fuente de Val- gdelafte@gmail.com

Fondo Verde, Universidad Centro Panamericano de Estudios Superiores UNICEPES, México

Palabras clave: Evaluación- Competencias específicas- Programas- Hospitalidad- Gastronomía.

Introducción

El Proyecto Educativo Nacional al 2021 “La educación que queremos para el Perú” consigna en el objetivo estratégico número 5 la importancia de que la educación superior de calidad se convierta en un factor determinante para el fortalecimiento educativo con el propósito de continuar con la reforma educativa a través de la creación de la Superintendencia Nacional de Educación (SUNEDU) que tiene la función de supervisar la calidad del servicio educativo universitario. Posteriormente, el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (SINEACE) como entidad acreditadora nacional evalúa los programas de estudios universitarios, e indica que “la nueva matriz de evaluación está organizada en cuatro dimensiones, doce factores y treinta y cuatro estándares que se acompañan de criterios a evaluar.

Por otro lado, el marco de la Ley Universitaria N°30220 prescribe en su Artículo 30, la evaluación e incentivo a la calidad educativa, además de los pilares para la política de aseguramiento de la calidad (Ministerio de Educación, 2014). En consecuencia, las universidades deben contar con el licenciamiento otorgado por SUNEDU y la acreditación de la calidad educativa otorgado por entidades acreditadoras nacionales o internacionales. SINEACE es la entidad acreditadora nacional que garantiza a la sociedad que las instituciones educativas, públicas y privadas ofrezcan un servicio de calidad, y certifiquen las competencias de las personas en los sectores priorizados a nivel nacional.

La acreditación es voluntaria a excepción de los programas de estudio de ciencias de la salud, educación y derecho. Los programas académicos de Hospitalidad y Gastronomía iniciaron el proceso de acreditación. Es necesario enfocarnos en la formación profesional basada en el desarrollo de esas competencias y definir el perfil del egreso; como es el caso de una universidad local en la que se ofrecen los programas de Hospitalidad y Gastronomía que tienen como misión formar profesionales idóneos y competitivos para potencializar el servicio en el sector. Según nuestro criterio no se está dando cumplimiento con lo que corresponde a la validación total del logro de las competencias decretadas.

Por consiguiente, dada la importancia y trascendencia del cumplimiento de las competencias de los profesionales que egresan de la universidad mencionada, es necesario profundizar las razones por las cuáles no se logra demostrar la sostenibilidad en el tiempo de dicha evaluación.

La responsabilidad de los programas académicos es asegurar la calidad educativa de acuerdo a las condiciones establecidas por la entidad acreditadora. Por ello se deben considerar los factores, circunstancias de los resultados de los estudiantes que hayan obtenido una baja valoración en la medición de competencias intermedias para la nivelación necesaria y, además, cuando ellos sean evaluados por las competencias finales se puedan considerar mejores resultados de los que hasta hoy en día se lograron.

Es así como se considera como objetivo general analizar el proceso de evaluación intermedia de competencias específicas en los estudiantes de los programas de hospitalidad y gastronomía de una universidad local en Trujillo, Perú. Entre los objetivos específicos se identifican: a) Analizar la tendencia de logro de las competencias específicas de los estudiantes de los programas de hospitalidad y gastronomía. b) Analizar los resultados de la medición intermedia de competencias específicas de los estudiantes de los programas de hospitalidad y gastronomía. c) Valorar el grado de satisfacción de los estudiantes en relación con la calidad académica recibida de los docentes a cargo a la medición intermedia de competencias específicas de los programas de hospitalidad y gastronomía; y d) Valorar el grado de recomendación de los estudiantes en vinculación con los docentes a cargo de la evaluación intermedia de competencias específicas de los programas de hospitalidad y gastronomía.

Marco teórico de referencia

El Modelo Basado en Competencias se presentó como un nuevo modelo educativo que considera los procesos cognitivo-conductuales como comportamientos socio afectivos (aprender a aprender, aprender a ser y aprender a convivir), las habilidades cognoscitivas y socio afectivas (aprender a conocer), psicológicas, sensoriales y motoras (aprender a hacer), que permitan llevar a cabo una función, una actividad o una tarea (Delors, 1997). La evaluación debe llegar a ser el eje cohesionador de todo el sistema pedagógico. Por ello, no sólo condiciona el qué, cuándo y cómo enseñar, sino también implica atender a la diversidad de alumnos que coinciden en el aula, estructurando una regulación continua de los aprendizajes (Jorba y Sanmartí, 1993) y, asimismo, permitiendo al docente adecuar su didáctica y promover la autorregulación por parte del alumno, para que éste construya una forma personal de aprender de manera autónoma durante todo el proceso educativo.

Para Tobón, la Teoría de Competencias plantea que son los docentes los que efectivamente se ponen en acción en las prácticas educativas cotidianas, a saber: trabajo en equipo, comunicación, planeación del proceso educativo, evaluación del aprendizaje, mediación del aprendizaje, gestión curricular, producción de materiales, tecnologías de la información y la comunicación, y gestión de la calidad del aprendizaje. Medina (2010) menciona lo indicado por Tobón en su libro “Formación integral y competencias pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación”. Señala que la formación basada en competencias constituye una propuesta que parte del aprendizaje significativo y se orienta a la formación humana integral, como condición esencial de todo proyecto pedagógico. Integra la teoría con la práctica en las diversas actividades y promueve la continuidad entre todos los niveles educativos y entre éstos y los procesos laborales y de convivencia.

De acuerdo con la Teoría de Competencias según el Proyecto Tuning las competencias difieren de una disciplina a otra. Para elaborar programas más transparentes y comparables a nivel latinoamericano es necesario conseguir resultados del aprendizaje y competencias para cada titulación. La definición de estas competencias es responsabilidad de los académicos, no sin antes consultarla con otras personas interesadas en el tema dentro de la sociedad.

El interés en el desarrollo de competencias en los programas educativos concuerda con un enfoque de la educación centrado ante todo en el alumno y en su capacidad de aprender, exigiendo más protagonismo y cuotas más altas de compromiso. Es el estudiante el que debe desarrollar las capacidades, las habilidades y las destrezas. De esta manera se posibilitará la innovación a través de la elaboración de nuevos materiales de enseñanza, que ampararán tanto a los estudiantes como a los profesores, facilitando los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Metodología

Esta investigación posee un enfoque cualitativo y un diseño descriptivo y explicativo que hace uso de instrumentos como rúbricas; en los cuales se consideran los criterios de desempeño de la competencia y sus niveles de logro a mejorar, adecuado o sobresaliente; además de las evidencias de cada evaluación intermedia de competencia específica.

Por otro lado, se aplicaron encuestas validadas por la universidad y aplicadas a los estudiantes para la identificación del grado de satisfacción académica y recomendación referente a los docentes inmersos en la medición intermedia de competencias específicas. Esta será enviada a través de la plataforma Blackboard.

La población sujeta a estudio es de cuatrocientos ocho (408) estudiantes. Los que corresponden al programa de hospitalidad son doscientos cincuenta y cuatro (254) y en gastronomía ciento cincuenta y cuatro (154). El período correspondiente es durante los semestres 2020-1, 2020-2 y 2021-1. La fuente de información referida es el registro de inscritos de los programas obtenido del portal de dirección de la universidad. La población muestral está conformada por los estudiantes matriculados en los semestres considerados para este estudio.

El análisis de los datos corresponde a estadística descriptiva. Se tomaron decisiones de acuerdo con la recopilación de datos; para lo cual se consideran los datos internos resultado de la aplicación de las rúbricas y las evidencias respectivas a cada asignatura o curso relacionado con la competencia específica. Para la sistematización de la información recopilada, debidamente clasificada por competencia específica, tabulada y sistematizada se usará el programa Microsoft Excel; para luego presentar los resultados a través de tablas y gráficos que permiten describirlos cuantitativamente y concentrar dicha información en base a los objetivos específicos. Por ejemplo, la escala de calificación incluye mejorar, adecuado o sobresaliente; porcentaje de avance de los resultados de la evaluación intermedia y la satisfacción y grado de recomendación de los estudiantes. Además, se incorpora una síntesis y la descripción de manera detallada y ordenada según la agrupación de los datos identificados en la fase de presentación en base a los objetivos planteados.

Resultados y conclusiones

De acuerdo con el objetivo general de esta investigación enfocado en analizar el proceso de evaluación intermedia de competencias específicas de los estudiantes de los programas de Hospitalidad y Gastronomía de una universidad local en Trujillo, Perú; se evidenció lo que se aprecia en la figura 1:



Figura 1 Proceso de evaluación intermedia de competencias específicas de Hospitalidad y Gastronomía que considera cada paso que se desarrolla para su aplicación semestre a semestre. (Elaboración propia)

La tendencia de logro de las competencias específicas de los estudiantes de los programas de Hospitalidad y Gastronomía reveló un avance en el logro del perfil de egreso. Se evidenció que Hospitalidad presentó una mejor tendencia en los primeros semestres de cada año. También los estudiantes de Gastronomía demostraron una tendencia de logro en la evaluación intermedia referente a las competencias específicas con rangos similares a los de Hospitalidad. Ello permitió concluir que no todos los estudiantes poseen un dominio de competencias en un nivel promedio y que los conocimientos previos a los cursos que permitieron la evaluación intermedia de las competencias, incluso los adquiridos en dichos cursos, no han sido suficientes para nivelar de alguna manera esas capacidades, habilidades y destrezas. Por lo tanto, deben fortalecerse durante la formación profesional. Es por ello que se recomienda que se establezca un seguimiento a través de asesorías académicas y programas de nivelación. Posteriormente sería necesario hacer un análisis de los resultados de esta aplicación e identificar el cambio en la tendencia.

Por otra parte, permitió el análisis de los resultados de la evaluación intermedia de competencias específicas de los estudiantes de los programas de Hospitalidad y Gastronomía y concluyó que los tres semestres (2020-1, 2020-2 y 2021-1) considerados en este estudio demostraron que en Hospitalidad, la competencia específica más desarrollada es Sensibilidad social seguida de Gestión de proyectos turísticos, Orientación a la excelencia del servicio, Identidad y cultura turística y Dominio del idioma inglés. Asimismo, en el caso del programa de Gastronomía, la competencia específica de Orientación a la excelencia del servicio es la que mostró mejores resultados

seguida de Identidad y cultura turística, Gestión de proyectos de negocios de restaurantes y los más bajos resultados en Dominio del idioma inglés. En ambos programas se evidenció que los resultados más bajos están en la competencia de Dominio de inglés; por lo cual también sería importante identificar el perfil del estudiante de ingreso, las preferencias y falencias registradas al inicio de su formación profesional. Seguidamente, al comparar los resultados de los estudiantes de ambos programas se concluye que los de Hospitalidad lideran con cierta ventaja a Gastronomía.

Con respecto al grado de satisfacción de los estudiantes referente a la calidad académica recibida de los docentes a cargo a la evaluación intermedia de competencias específicas de los programas de Hospitalidad y Gastronomía en un rango del 0% al 100%. Los estudiantes del primer programa mostraron una satisfacción no menor a 61,73% en el promedio de los semestres y el segundo programa, una satisfacción mínima de 70%. Siendo el docente de Técnicas de housekeeping que mide Orientación a la excelencia del servicio quien cuenta con mejor grado de satisfacción. En el caso de la satisfacción que se identificó por parte de los estudiantes de Gastronomía demostró que el docente de English for service industry 1 que mide el Dominio del idioma inglés tuvo la más alta valoración con 87.21%.

Finalmente, con respecto al grado de recomendación de estudiantes referente a los docentes a cargo de la evaluación intermedia de competencias específicas de ambos programas, bajo un rango del 0 al 100; se concluyó que, en Hospitalidad, al igual que en el grado de satisfacción, el docente de Técnicas de Housekeeping tuvo una mayor recomendación con un promedio 78,67 % y en el caso de Gastronomía el docente de English for service industry 1 tuvo la mayor valoración con 89,67 %. Si profundizamos el análisis de los datos obtenidos hay variantes como que Hospitalidad tuvo un mayor grado de satisfacción, pero el menor grado de recomendación, mientras Gastronomía evidenció un menor grado de satisfacción y un mayor grado de recomendación, por lo que no hay una exactitud en la relación mencionada. Sin embargo, el estudio podría seguir progresando.

Referencias bibliográficas

- Consejo Nacional de Educación. (2006). Proyecto educativo nacional al 2021: la edición que queremos para el Perú. <https://repositorio.minedu.gob.pe/handle/20.500.12799/304>
- Delors, J. (1997). La Educación encierra un tesoro. In Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI. UNESCO.
- El Peruano, D. (Ed.). (2014). Ley universitaria 30220. Diario El Peruano. <https://www.sunedu.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-universitaria-30220.pdf>
- Jorba, J., & Sanmartí, N. (1993). La función pedagógica de la evaluación. Aula de Innovación Educativa, 20, 20–30.
- Medina Vidaña, E. (2010). Sergio Tobón Tobón. Formación integral y competencias. Pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación, 3a ed., Centro de Investigación en Formación y Evaluación CIFE, Bogotá, Colombia, Ecoe Ediciones, 2010. Revista Interamericana de Educación de Adulto, 32, núm. 2, julio-diciembre, 2010(0188–8838), 90–95. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457545095007>

- Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa-SINEACE. (2017). Modelo de acreditación para programas de estudios de educación superior universitaria. SINEACE. <https://www.gob.pe/institucion/sineace/informes-publicaciones/914029-modelo-de-acreditacion-para-programas-de-estudios-de-educacion-superior-universitaria>
- SUNEDU otorga licenciamiento institucional a la Universidad Privada del Norte. (2017, November 11). Gob.pe. <https://www.gob.pe/institucion/sunedu/noticias/300234-sunedu-otorga-licenciamiento-institucional-a-la-universidad-privada-del-norte>
- Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria. (n.d.). Gob.pe. Retrieved February 19, 2022, from <https://www.gob.pe/sunedu>
- Tobón, S., Rial, A., & Miguel y García Juan, C. (2006). Competencias, calidad y educación superior. Cooperativa Editorial Magisterio.
- Tobón, Sergio. (2007). El enfoque complejo de las competencias y el diseño curricular por ciclos propedéuticos. *Acción Pedagógica*, 16, Enero-Diciembre, 2007(e 1315-401X), 14–28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2968540>
- Tobón, Sergio. (2013). Formación integral y competencias. *Pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación*. Researchgate.Net, 4ta(2), 393. https://www.researchgate.net/publication/319310793_Formacion_integral_y_competencias_Pensamiento_complejo_curriculo_didactica_y_evaluacion
- Tuning project. (2007). Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Universidad de Deusto. http://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningLAIII_Final-Report_SP.pdf
- Universidad de Deusto (España) y Universidad de Groningen (Países Bajos). (2000). Tuning Academy. Tuningacademy.Org. <http://tuningacademy.org/tuning-academy/?lang=es>

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

**LAS REPRESENTACIONES ESTUDIANTILES DESDE EL IMAGINARIO
DOCENTE Y SU INFLUENCIA SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN
DE LA MATRÍCULA EN LAS CARRERAS DE TURISMO DE LA FHYCS-
UNAM**

Diana Farias - turismohumanidades@yahoo.com.ar

Mirta González- mirgon59@gmail.com

Silvia Paredes - silucita3010@gmail.com

Marcos Simon. - emiliosimon.turismo@gmail.com

Claudia Wrobel - clauwrobel@gmail.com

Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Palabras clave: Representaciones sociales- Trayectorias vitales docentes- Política de acompañamiento- Estrategias de retención- Estudiantes de turismo.

Introducción

La siguiente ponencia traslada los resultados finales de una de las líneas de investigación del Proyecto inscripto en la Secretaría de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones, bajo el código de Identificación 16H 486 “*Las trayectorias reales de los estudiantes de los dos primeros años de las carreras de Guía y Licenciatura en Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (2017-2020)*”.

Objetivos Generales

1. Determinar y explicar las variables que componen las trayectorias reales de los estudiantes que conducen al desgranamiento y abandono de los dos primeros años de las carreras de Guía y Licenciatura en Turismo de la FHyCS – UNaM en el período 2017-2020.
2. Establecer la correlación de las variables intervinientes que surgen de las trayectorias teóricas y reales, y su incidencia en el proceso de abandono de los estudios universitarios.
3. Promover líneas de acción estratégicas que permitan intervenir sobre las causales que provocan desgranamiento en las matrículas de las carreras de Turismo.

Objetivo específico de la investigación vinculado a la ponencia

- Analizar la influencia de otros actores implicados en los primeros años de la vida universitaria.

Esta línea de investigación surge con el propósito de contribuir al plan de acciones prioritarias trazado por el Departamento de Turismo que, durante los últimos años, ha venido introduciendo diferentes medidas tendientes al sostenimiento de la matrícula de ingresantes. En este sentido, preocupa que, registrando las carreras de Turismo, uno de los índices más elevados de inscripción de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, se percibe un fuerte desgranamiento antes de finalizar el primer año de las carreras en cuestión.

Antes de avanzar, es conveniente efectuar una breve caracterización de las carreras de Turismo ya que ello contribuirá a comprender parte de la dinámica interna de las mismas. Se trata de dos carreras distintas, de ahí que Guía de Turismo –de pregrado- cuya

duración está estipulada en tres años no sea un título intermedio para luego obtener el título de grado correspondiente a la Licenciatura en Turismo de 5 años de duración.

Tanto los perfiles como las incumbencias profesionales, testimonian una de actuación totalmente diferenciada en el campo de la actividad turística. Tal es así que, en los últimos años y, justamente, a raíz de la necesidad de orientar los contenidos en función de las especificidades requeridas y atendiendo al Plan de Retención Departamental, de las cinco materias de cursado común se ha logrado separar el dictado y adecuar los contenidos a las necesidades de cada caso. Sin embargo, esto responde exclusivamente, a la voluntad del cuerpo de profesores ya que la planta docente no ha logrado crecer en relación a la nueva configuración del dictado.

Sin dudas, la decisión institucional del Departamento da cuenta de reconocer la existencia de un problema que exige ser atendido y corregido. Sin embargo, las estrategias implementadas son producto de un esfuerzo aislado basado en prueba - error. Por lo que más allá de la mejora que pudiese obtenerse en este aspecto, la misma es sensiblemente insuficiente para sostener una política estructural en el tiempo que permita modificar esta tendencia.

Marco teórico de referencia

Si bien se ha expresado en distintos momentos de la investigación dónde reside, fundamentalmente, el valor de rescatar la palabra docente, se entiende conveniente retomar algunas líneas que permitan facilitar la comprensión de la impronta que se ha pretendido dar a esta investigación al solo efecto de generar un aporte desde un ejercicio heurístico que tenga a la complejidad de la problemática como meta.

Son numerosos los trabajos que al interior de diferentes Centros de Educación Superior se han realizado para explicar los desencadenantes del abandono de sus matrículas. Sin embargo, la mayoría de dichas investigaciones remiten a datos de carácter cuantitativo y unilateral. Por ello, teniendo en cuenta que dicha investigación se propuso romper con el análisis tradicional que aborda la “*deserción*” como un problema de exclusiva responsabilidad del estudiante, tal cual reza la adjetivación del término, la misma incluyó factores que condicionan la permanencia de los alumnos en el sistema o bien que, inciden en que las *trayectorias reales* (Terigi, 2004) sufren un desajuste y se desacoplan. Justamente, una de esas variables abarcada en profundidad, es la que se configura alrededor de los aspectos que hacen al rol docente.

La teoría de las Representaciones Sociales iniciada por Serge Moscovici (1979), contribuye a estudiar las interacciones de las personas y determinar y comprender la dinámica de la realidad social, en las cuales imperan patrones emergentes del sentido común, que tienen la potencia de organizar, estructurar y legitimar el funcionamiento de lo considerado usual. Al trasladar esta esquematización al ámbito específico de la formación académica, permite evidenciar los factores que orientan las acciones prácticas de los agentes educativos mientras simultáneamente, es posible vislumbrar los elementos que guían las actitudes ante la complejidad del proceso de formación implicado. Por cuanto, permite advertir las causas que inciden y las explicaciones de las situaciones en el cual las expectativas de rendimiento académico confrontan con las condiciones particulares de los estudiantes en la construcción de las trayectorias académicas reales.

Reconocer la corresponsabilidad o involucrarse en los motivos que actúan, decididamente, sobre la decisión de los ingresantes de interrumpir la trayectoria académica elegida, encierra el desafío de intentar restituir a la Universidad su rol transformador e inclusivo.

Metodología

La tarea consistió en entrevistas de carácter etnográfico a los responsables de cátedra y a parte de los equipos de auxiliares de las materias específicas del primer y segundo año de las carreras de Guía y Licenciatura en Turismo, respectivamente; opinión de los mismos respecto de las causales que provocan el abandono o la desarticulación de los ingresantes.

En cuanto al análisis cualitativo, al formularse sobre las representaciones que tienen tanto estudiantes como docentes sobre los motivos que llevan a desestimar la *trayectoria académica* elegida se tiene en cuenta diferentes dimensiones. En el caso de los docentes, además de las entrevistas señaladas con anterioridad, se introduce el análisis del Programa de la Asignatura, articulado con la pertinencia de acuerdo a su ubicación en el Plan de Estudios de la carrera de cuál se trate. El Programa de Cátedra se constituye en el Proyecto Pedagógico y desde el mismo es posible advertir cómo el docente elabora su propuesta académica y cómo define al “otro” dentro de ese proceso.

Complementado esto con la observación de clases, se puede explicar la distancia que suele existir entre el sujeto potencial al que va dirigido el Programa y el sujeto real que se desprende de la experiencia in situ.

Resultados y conclusiones

A modo de síntesis para el presente resumen se puede adelantar que la carga de subjetividad con que se suele nutrir la generalización de la relación *enseñanza y aprendizaje*, no es exclusiva de uno de los agentes involucrados en particular. En idéntico sentido que los estudiantes, los profesores poseen una percepción previa del perfil, las expectativas y hasta del pronóstico del desenvolvimiento futuro de quienes ingresan al sistema de educación superior universitario. La construcción de este imaginario se basa – fundamentalmente- en la acumulación de experiencias previas.

En este sentido, las trayectorias docentes analizadas también inciden al momento de determinar los rasgos que - de forma introspectiva - seleccionan como principales causales del desgranamiento que se produce en el primer año de las carreras. Al respecto, corresponde señalar que a excepción de un caso de los entrevistados (6%), los docentes poseen antecedentes en carrera docente desde las experiencias formativas que ofrece el propio sistema universitario. De esta manera, dan cuenta de haber iniciado actividad como estudiantes avanzados y luego como graduados (adscripciones); ayudantías; Jefaturas de Trabajos Prácticos y Profesores Responsables de Cátedra en determinados casos.

De la población docente entrevistada (16 casos), el 50% corresponde a Docentes con funciones de Titular y el 50% al cuerpo de Auxiliares en Docencia. Entre los primeros, el 37% ha demostrado interés por incursionar en carreras que ofrecen herramientas pedagógicas, mientras que del total de los auxiliares esta conducta se observa en el 75% de los entrevistados. Cabe destacar que, la diferencia generacional en el propio claustro docente promueve miradas distintas en función de cuán más cerca o cuán más lejos se encuentra de la franja etaria del estudiante promedio. Sin embargo, en el caso analizado es posible advertir estos matices entre un amplio conjunto de coincidencias.

De esta manera, la totalidad de docentes responsables de cátedra estima que uno de los mayores problemas que obstruyen el proceso de enseñanza y aprendizaje en los primeros años, tiene que ver con la formación insuficiente y la falta de herramientas que los estudiantes traen de los niveles previos.

Señalan que entre las principales dificultades que interfieren con la trayectoria real de los estudiantes se encuentran las vinculadas a: la comprensión de textos; la falta de contacto con saberes entrelazados de manera procesual y compleja que requieren del

desapego de la estructura rígida que ofrece el recurso de la memorización; la portación de contenidos escasos, fragmentados y superficiales, y; la consecuente imposibilidad de articular la palabra académica en instancias orales y/o escritas debido a las limitaciones del lenguaje.

Por su parte, los Jefes de Trabajos Prácticos amén de compartir el diagnóstico señalado precedentemente, se inclinan –en su mayoría- por desarrollar actividades que permitan reducir la incertidumbre que rodea al estudiante. Desde ese lugar, resulta posible inferir que los mismos observan puntos de tensión que no siempre son contemplados al ofrecer generalizaciones como respuestas a una problemática atravesada por la complejidad y por la vorágine de cambios que convulsiona la actualidad, principalmente, la de los jóvenes. De esta manera, también las entrevistas otorgan a los recursos humanos en formación, un papel sustantivo como interlocutores o mediadores ante las dificultades –curriculares y extracurriculares- que amenazan la permanencia.

Por su parte, los docentes manifiestan que, si bien la Institución posee mecanismos vinculados al propósito de la retención de matrícula, los mismos son insuficientes y poco divulgados, lo que conduce a que la vulnerabilidad del estudiante que ingresa a la Universidad intente ser saneada precariamente por los equipos de cátedra, llevando en más de una oportunidad, a la frustración de ambas partes ya que en el voluntarismo no radica ninguna solución estructural.

Referencias bibliográficas

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.

Moscovici, S. (2007) *Representações sociais: pesquisa em psicologia social*. 5^a Ed. Petrópolis. RJ: Vozes.

Terigi, F. (2004): Las trayectorias escolares: del problema individual al desafío de política educativa. Compilación coordinada por Patricia Maddonni. 1ra ed. Buenos Aires: Ministerio de Educación.

Wrobel, C.; Farías, D. y Franco, M. (2017) “Las trayectorias reales de los estudiantes de los dos primeros años de las carreras de Guía y Licenciatura en Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (2017 - 2020)”. *Revista La Rivada* 5 (9), 164-178. Recuperado de <http://www.larivada.com.ar/index.php/numero-9-diciembre-2017/homenaje/164-articulos-homenaje-turismo>

Entrevistas a docentes de las carreras de turismo: Ferreyra, C. 26/03/2018, Wrobel, C. 22/03/2018, Ramos, H. 19/03/2021, Groh, M. 04/05/2021.

Eje temático 5: Eje Turismo, Educación y Conocimiento Científico

ANÁLISIS COMPARATIVO DE PLANES DE ESTUDIOS DE LAS CARRERAS DE GRADO EN TURISMO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE ARGENTINA

Pablo Montero - pablo.montero@econo.unlp.edu.ar
Luciana Renzella - luciana.renzella@econo.unlp.edu.ar
Universidad Nacional de La Plata
Erica Navarro - ericanavarrocisella@gmail.com
Universidad Nacional de San Juan
Luciana Prado - lprado@uces.edu.ar
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

Palabras clave: Turismo- Educación- Planes de estudios- Grado en turismo- Universidades

Introducción

A fines de la década de los '60, surgieron las primeras carreras de turismo en América Latina. La necesidad de contar con directivos, tanto en el sector público como en el privado, demandaba una formación orientada al desarrollo del turismo con miras en los beneficios económicos y sociales que estos presuponían. Las universidades pioneras en oferta de grado en turismo, confeccionaron sus planes de estudios a partir del aporte realizado por especialistas de diversas disciplinas. Esto generó, en cierta medida, enfoques y objetivos de formación muy heterogéneos. Asimismo, estas primeras carreras de turismo fueron insertadas en diversas facultades acentuando así la heterogeneidad de enfoques para el estudio del fenómeno turístico (Prina de Vandam, 2013)

La incorporación del turismo como estudio dentro del ámbito académico superior en Argentina comienza a mediados del siglo XX, siguiendo el modelo europeo y norteamericano con cursos de pregrado para luego ampliarse a licenciaturas y posgrados (Barretto, 2010). La urgencia por responder a las necesidades del sector privado, sobre todo en los centros de recepción masiva de turistas, como es Mar del Plata, desencadenó el dictado de cursos por parte de los agentes del sector hotelero que en la docencia transmitieron sus experiencias laborales (Asensio, 2008).

La primera universidad argentina en dictar la carrera licenciatura en turismo fue la Universidad de Morón en 1964. Por otro lado, las universidades del Salvador (1966) y Kennedy (1968) acompañaron esta primera y temprana etapa. Mientras tanto en 1965 se creaba en Neuquén la Escuela de Turismo dependiente de la Universidad Provincial de Neuquén que, en 1972 pasa a formar parte de la Universidad Nacional del Comahue, y en 1975 la Facultad de Turismo. Desde 1976 se concreta la creación de la licenciatura en turismo, siendo esta la primera licenciatura en una universidad pública del país (Otero, 2006). Los estudios de posgrado en turismo comenzaron a surgir en las últimas décadas (Murray Elías, 2012).

Distintos autores han abordado la evolución de los estudios en turismo (Urry, 1990; Jafari, Smith, y Brent, 2001; Vera Rebollo, López Palomeque, Marchena y Antón Clavé, 1997;. Donaire, 1996). Con coincidencias en tres períodos:

1. El incipiente turismo fordista o de masas, entre la década de los '40 y la década de los '60.

2. La consolidación del turismo fordista, que trae aparejada la "institucionalización" de los estudios turísticos, entre la década de los '60 y los '80.
3. La visión transdisciplinar del turismo. Superposición de los modelos fordistas y postfordistas.

El turismo en Argentina ha atravesado un proceso de expansión en todas las regiones del país de manera heterogénea. Este contexto fue propicio para la incorporación de enseñanza en turismo en numerosas universidades a lo largo y ancho del territorio. El crecimiento y desarrollo del Turismo, las nuevas tendencias globales, tanto económicas como sociales y políticas alentaron la aparición de nuevas ofertas académicas en Instituciones de Educación Superior universitarias. Desde la aprobación de la Ley de Educación Superior 24.521 (LES), en el año 1995, se ha observado un considerable aumento de las ofertas educativas, y la enseñanza en turismo no fue ajena a ello (Comoglio et al., 2013)

En su mayoría, las carreras se plantearon el objetivo de desarrollar profesionales que adquieran aptitudes para plantear políticas referidas a la actividad, evaluar proyectos turísticos, administrar y gestionar empresas del rubro, y analizar las repercusiones sociales y económicas que esta actividad genera (Renzella, 2020).

En 2011, el entonces Ministerio de Turismo y el Ministerio de Educación firmaron un convenio con el objetivo de impulsar acciones de cooperación para la mejora de la formación en turismo en nivel superior del sistema educativo nacional. Los factores de discusión del convenio fueron: la formación de recursos humanos en turismo en el nivel superior, su perfil, currículum, títulos, competencias para la empleabilidad y principales desafíos. Finalmente, se constituyeron los lineamientos para la mejora de la formación en turismo.

Según la Base de Títulos Oficiales provista por la Dirección Nacional de Gestión Universitaria¹, existen actualmente 53 universidades que ofrecen carreras de grado en Turismo y otorgan título de validez nacional; 29 universidades públicas y 24 universidades privadas. Las 53 universidades ofrecen en total 57 carreras de grado en Turismo, de las cuales 7 ya existían antes de 1980, 11 antes de 1990, 20 antes de 2000 y 39 antes de 2010. Las últimas 18 carreras de grado en Turismo (31% del total) lo hicieron luego del año 2010.

El objetivo general que persigue la presente investigación consiste en:

- Generar puntos de comparación entre los planes de estudios de las carreras de grado en turismo de las universidades públicas y privadas de Argentina.

Los objetivos específicos son:

- Dimensionar un análisis comparativo de los planes de estudios, según el marco institucional y la estructura de unidades curriculares de los mismos.
- Comprender la distribución por núcleos de contenidos según la orientación disciplinar y su generalidad o especificidad dentro del abordaje formativo.

¹ Estadísticas elaboradas a partir de Resoluciones Ministeriales de respectivas titulaciones. Dirección Nacional de Gestión Universitaria. <https://www.argentina.gob.ar/direccion-nacional-de-gestion-universitaria/titulos-oficiales>

Marco teórico de referencia

En primer lugar es pertinente hacer una aproximación al estado de situación de la investigación sobre los programas y carreras en Turismo. La bibliografía consultada permite dar cuenta de la dispersión de enfoques que existen en los planes de estudio de turismo en Argentina (Comoglio et al, 2013), situación que se repite en otros países tanto a nivel de grado (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2013; UNWTO, 2009) como a nivel posgrado (Lee, Dopson y Ko, 2016).

Con respecto a los estudios realizados en Latinoamérica pueden encontrarse estudios comparativos entre países de la región (Prina de Vandam, 2013), así como estudios que describen y analizan planes de estudio de un país determinado, como Ecuador (Carrera Burneo y Guerrero, 2015) Brasil (Leme, 2009; Hallal, 2010), México (Nieves, 2010), Chile (Damm y Szmulewicz, 2007), Colombia (Zuniña Collazos, 2012), Perú (Maguiño, 2011) y Argentina (Korstanje, 2009; Asensio, 2008).

Una particularidad, es la discrepancia entre los contenidos de los programas y las consideraciones de docentes e investigadores sobre tales contenidos (Ring, Dickinger y Wöber, 2008). Aquí es donde surgen los debates respecto a qué contenidos deben incluirse en el plan de estudios, y si tales contenidos deben tener una orientación hacia aptitudes de índole profesional o aptitudes de índole académica (Jafari et al., 2001; Tribe, 2002 y Cooper, 2002)

Respecto a las instituciones en donde se dictan las carreras de grado y su cuerpo docente es necesario remarcar la influencia de los rankings de universidades en el turismo. Mientras algunos investigadores discuten los problemas de los rankings universitarios basados en la investigación académica en Turismo, (Law, Fong y Fong, 2016) otros sugieren un método para evaluar licenciaturas de grado utilizando criterios objetivos tales como “la accesibilidad del sector turístico” (en relación a la cercanía de los contenidos con los sectores turísticos), la accesibilidad, la relación total entre profesores y estudiantes, la relación de profesores y graduados, el porcentaje de profesores con posgrados, costos y los recursos universitarios (Pearlman, Ryu y Schaffer, 2010).

Metodología

La metodología seleccionada parte de la base de los supuestos que ponen de manifiesto la necesidad de realizar una matriz analítica que permita comprender desde las comparaciones de los distintos núcleos disciplinares puestos de manifiesto en los planes de estudios de las carreras de turismo de Argentina a fin de establecer ciertos criterios que permitan no solo definirlos y comprenderlos sino generar prospectiva respecto de los mismos.

La metodología utilizada es de tipo mixto, abarcando aspectos cualitativos y cuantitativos. Se realiza una exploración, descripción, interpretación y análisis comparativo a fin de poner en juego las variables que son observadas en el fenómeno de estudio. Se encuentra planteada en tres fases una fase preparatoria o inicial que en la que se abordan e indagan los determinantes cualitativos y los factores de sustento coincidentes con el establecimiento de criterios que permiten establecer las comparaciones posteriores. En la segunda fase denominada analítica se observan los puntos en común que presenta el objeto de estudio para finalizar en la interpretación y una tercera fase en la que se muestra la explicación evolutiva de la distribución de las unidades curriculares.

La metodología implicó un diseño del tipo de investigación con características exploratorias debido a que el problema de investigación ha sido poco estudiado en el objeto empírico (Hernández Sampieri et al, 2006). A la vez es descriptivo, ya que en él se mencionan las características que se producen a partir de la temática planteada. Consta

también de aspectos explicativos y propositivos que completan el proceso con una propuesta metodológica compuesta por distintas etapas de abordaje.

Se utilizó el método deductivo, en tanto que el razonamiento ha partido de casos particulares hasta elevarlo a conocimientos generales (Ander Egg, 1995). Este método se utilizó en cuanto a la extensa revisión bibliográfica de modo que se pudiera llegar a una correcta formación de los objetivos planteados. Asimismo, se utilizó el método inductivo, en tanto que en la formación de índices comparativos y otros instrumentos surgidos se tuvieron en cuenta principios descubiertos en casos particulares. El método analítico se aplicó en el caso de la generación de los aspectos que permitieron efectuar un diagnóstico comparativo.

Las técnicas utilizadas consistieron en la recolección, lectura y análisis de la información trabajada, un proceso de observación participativa y otras técnicas que tuvieron por objetivo recolectar información suficiente, tal como la generación del listado de las unidades curriculares presentes en los planes de estudio. A partir de estas técnicas se elaboraron tablas, gráficos y esquemas para lograr la comprensión y el análisis de la integralidad de la problemática abordada.

Resultados y conclusiones

Las unidades curriculares pudieron dividirse bajo dos criterios macro, a saber:

Unidades curriculares orientadas a la actividad turística: asignaturas cuyos contenidos se relacionan directa y estrechamente con la actividad del futuro profesional en turismo. Estos incluyen las unidades curriculares en las que convergen distintas disciplinas, pero cuyos abordajes se orientan al turismo y aquellas instrumentales y técnicas que incluyen saberes que son puestos en juego en el quehacer cotidiano de los profesionales de turismo.

Unidades curriculares no orientadas o de formación básica: asignaturas que son necesarias en la formación integral de un futuro profesional, cuyos contenidos se vinculan de modo indirecto con el accionar turístico disciplinar, pero que son necesarios y sirven de base en la formación de una carrera que suele presentar ciertos sesgos hacia los saberes instrumentales, administrativos-económicos, humanísticos y sociales.

Por otra parte, es importante mencionar que en el análisis de los planes de estudios se pone de manifiesto que existen carreras con *formación mayormente generalista* y otras con *formación mayormente específica*.

Se arriban a conclusiones a partir de los hallazgos del análisis en profundidad mediante la utilización de las variables mencionadas. De esta manera, se facilita la comparación entre planes y se pueden hallar puntos en común y diferencias con relación a las orientaciones y los abordajes formativos predominantes en las mallas curriculares analizadas.

Referencias bibliográficas

Asensio, M. (2008). El rol del licenciado en turismo en Argentina. Caso: Universidad Nacional de Mar del Plata. *Turismo e Sociedade*, 1(1), 28-42.

Barreto, M. (2010). Políticas educativas para el desarrollo del turismo. Reflexiones y propuestas. Publicado en: CONDET “Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo”, Vol. 8, pp. 49-69.

Carrera Burneo, P. y Guerrero, E. (2015). Propuesta de un modelo educativo para la formación del talento humano en turismo en América Latina. *Revista latinoamericana de turismología*, 1(2), 30-41.

- Comoglio, M., Krichesky, G., y Totino, M. (2013). Lineamientos de Mejora para la Formación de Recursos Humanos en Turismo. Red Educativ.
- Cooper, C. (2002). Curriculum planning for tourism education: From theory to practice. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 2(1), 19-39.
- Damm, L. (1998). Educación profesional en Turismo. Publicado en: *Gestión Turística* N°3, pp. 23-37.
- Damm, L., y Szmulewicz, P. (2007). Modelo genérico de gerente de Spencer y Spencer. Una aplicación a la Hotelería. *Gestión Turística*, (7), 55-80.
- Donaire, J. A. (1996). El turismo a los ojos del postmodernismo. La Costa Brava, Tunicia y los malls (Doctoral dissertation, Tesis Doctoral [no publicada]).
- Hallal, R., Muller, D., García, T. y Ramos, M. (2010). O contexto de criação dos cursos de bacharelado em Turismo no Brasil.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2006). Análisis de los datos cuantitativos. *Metodología de la investigación*, 407-499.
- Jafari, J., (2001). The scientification of tourism. In *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century*, Smith, V. L., y Brent, M, editors. New York, Cognizant Communications, pp. 28-41.
- Korstanje, M. (2009). Turismo: un nuevo enfoque disciplinario para la enseñanza académica. *Eumed*.
- Law, R., Sun, S., Fong, D., Fong, L., y Fu, H. (2016). A systematic review of China's outbound tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Lee, M., Dopson, L., y Ko, S.(2016). Graduate study in hospitality management in the United States: master of science programs. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16(3), 213-227.
- Leme, F. (2009). Educación Ambiental y Turismo. Una formación holística, interdisciplinaria y de futuros educadores. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(1), 92-106.
- Maguiño, M. (2011). La profesionalización y la formación superior en turismo. *Gestión en el tercer milenio*, 14(28), 7-24.
- Murray Elías, M. (2012). Historia del turismo en Argentina. Tipos de abordajes desde los profesionales en turismo.
- Nieves, S. (2010). La cientificidad en el discurso académico del turismo en México. In XIV Congreso AECIT (p. 273).
- Otero, A. M. (2006). La formación de recursos humanos en turismo y recreación para la competitividad regional de la Patagonia argentino chilena. *Aportes y Transferencias*, 10(1), 62-77.
- Pearlman, D., Ryu, K., y Schaffer, J. (2010). Assessing hospitality programs using objective criteria: An exploratory study. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(2), 103-124.
- Prina de Vandam, D. (2013). Análisis de los planes de estudio de carreras de grado en turismo y hotelería en el ámbito universitario en América.

Renzella, L. B. (2020). Inserción laboral de los graduados de la Licenciatura en Turismo (Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata).

Ring, A., Dickinger, A., y Wöber, K. (2009). Designing the ideal undergraduate program in tourism: Expectations from industry and educators. *Journal of Travel Research*, 48(1), 106-121.

Tribe, J. (2002). The philosophic practitioner. *Annals of tourism research*, 29(2), 338-357.

UNWTO (2009). Estudio de la oferta y la demanda de formación de los recursos humanos en el sector turístico en América Latina.

Urry, J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Vera, J. F. (coord.); López Palomeque, F.; Marchena, M. y Antón, S. (2011) *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant Lo Blanc. Colección Crónica.

Zúñiga-Collazos, A., y Castillo Palacio, M. (2012). Caracterización de la formación en turismo, como uno de los pilares fundamentales de la competitividad turística en Colombia (Characterization of Tourism Training, as One of the Mainstays of Tourism Competitiveness in Colombia). *Anuario Turismo y Sociedad*, 13.

6. Eje Turismo y Transformación Digital

Eje temático 6: Turismo y transformación digital

DIGITALIZACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN USHUAIA

Sergio Chenlo - schenlo@untdf.edu.ar

Silvina Romano - sromano@untdf.edu.ar

Natalia Soledad Mella - nsmella@untdf.edu.ar

Hernán Quesada - hquesada@untdf.edu.ar

Katherina Carmona - kcarmona@untdf.edu.ar

*Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur,
Instituto de Desarrollo Económico e Innovación.*

Palabras clave: Desarrollo territorial - Oferta Turística - Demanda Turística - Digitalización - Ushuaia.

Introducción

La discusión sobre el aporte que el turismo realiza al desarrollo territorial ha sido ampliamente abordada por diversos autores (Cohen et al., 2019; César Dachary et al., 2018; Capanegra, 2010; Wallingre y Villar, 2009). Dado el carácter transversal y multisectorial de la actividad turística, se reconoce su importancia sustancial para la motorización de los diferentes sectores productivos de una comunidad. A su vez, la presencia en los destinos turísticos de un nuevo tipo de turista, caracterizado por un uso intensivo de las TICs, muy activo y participativo en redes sociales y en sitios webs, repercute de manera directa en el desarrollo económico territorial de los destinos. Por otra parte, las nuevas formas de consumo del llamado “turista digital” exigen la diversificación y adaptación de una oferta turística tradicional que implica desafíos en pos de mantener la competitividad territorial. Por otra parte, la crisis sanitaria producida por la pandemia COVID-19 durante el año 2020 ha llevado a la actividad turística a la situación de turismo cero (Suarez Rosa y Fumero González, 2020; OMT, 2020). Esta crisis sanitaria ha afectado particular e intensamente a aquellas actividades económicas y sociales, como el turismo, en las que la movilidad de las personas es imprescindible para su implementación. El cambio de las condiciones sanitarias ha flexibilizado hacia el año 2021 la posibilidad de realizar desplazamientos temporales y voluntarios con fines de ocio y recreación. Así, de manera lenta y paulatina se advierte una parcial recuperación de los destinos turísticos.

En particular, la ciudad de Ushuaia, capital de la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur – en adelante Tierra del Fuego-, ubicada en el extremo sur de la República Argentina se ha consolidado en las últimas décadas como un destino turístico nacional e internacional caracterizado por su alto valor escénico y paisajístico, su localización remota y su historia singular de poblamiento que transitó desde los pueblos originarios hasta la “europeización” del territorio. En este sentido, los flujos de visitantes han crecido de manera sostenida y se prevé que continúen haciéndolo en los próximos años. De hecho, para el caso de la ciudad de Ushuaia, capital y principal centro receptor de la provincia, se constata que al inicio del siglo XXI se registraban flujos que rondaban los 120.000 turistas, llegando al pico en el año 2015 de casi 450.000, generando

un retroceso del 10% para 2016, obteniendo un valor absoluto de 395.051 turistas (STU, 2017). Estos guarismos se detienen abruptamente hacia 2020 por efectos de la crisis sanitaria producida por el virus SARS-CoV-2. Así y a partir del 03 de marzo de 2020 en el que se registra el primer caso de COVID-19 en Argentina (argentina.gob.ar, 05 de marzo de 2020) los flujos turísticos comienzan a mostrar una fuerte retracción hasta llegar al nivel de total inactividad.

Para el caso Ushuaia y a partir del 16 de marzo de 2020 se determina el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio –ASPO- mediante Decreto Provincial N° 468/2020 y subsiguientes del Gobierno de la Provincia de Tierra del Fuego (Decreto de Protocolo de Cuarentena para la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, Decreto N° 468 de 2020). A su vez, la característica insular y aerodependiente del destino generó rápidamente la situación de turismo cero al limitarse los ingresos de turistas y visitantes, y la actividad entra en un estado de parálisis no registrado con anterioridad. Al respecto, el transporte aéreo detiene sus operaciones en el destino hacia el 25 de marzo de 2020 (Información General, 2020).

Meses más tarde y luego de la evolución de la situación epidemiológica general, la reactivación de la actividad fue propuesta por el Instituto Fueguino de Turismo – INFUETUR- para el 04 de diciembre de 2020 (Habilitación de la temporada turística 2020-2021, Resolución N° 1333 de 2020). Para ello y en función de extremar las medidas de bioseguridad durante la temporada 2020-2021 en el destino, el organismo oficial de turismo de la provincia gestionó los protocolos sanitarios para los diferentes prestadores turísticos (INFUETUR, s.f.). Además, el 29 de octubre de 2020 el destino Tierra del Fuego en general y Ushuaia en particular obtienen la distinción “*Safe Travels*” que otorga el Consejo Mundial de Viajes y Turismo a través del Instituto Nacional de Promoción Turística del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación Argentina. Este sello, creado bajo las pautas de la Organización Mundial de la Salud, es entregado a destinos y empresas turísticas que adopten los estándares necesarios en los protocolos de higiene, sanidad y seguridad (Gobierno de Tierra del Fuego, s.f.)

En este contexto, esta comunicación indaga acerca de las transformaciones que se han producido en la oferta y la demanda turística de la ciudad de Ushuaia. Temporalmente la investigación abarca tanto períodos pre-pandemia como durante la pandemia y el confinamiento más estricto, hasta la situación en el período post-confinamiento.

Mediante un abordaje metodológico mixto de tipo cuali-cuantitativo y de carácter exploratorio descriptivo se intentan resolver los principales objetivos de esta investigación que refieren tanto a aspectos de la demanda como de la oferta turística del destino Ushuaia. Por un lado, se pretende identificar en terreno la visita a la ciudad de este nuevo tipo de turista digital y constatar su efectiva presencia en destino. Además, se busca caracterizar socio-demográficamente a este perfil, así como conocer sus principales hábitos de acceso a la información a través de diferentes dispositivos, redes sociales y plataformas de reputación. En relación a la oferta se avanza en dos sentidos. En una primera etapa, y a través del análisis cualitativo de contenidos, se estudian las intervenciones concretas de estos nuevos turistas en la co-creación de contenidos en el sitio www.visitushuaia.tur.ar, cuenta oficial de la Agencia de Desarrollo Ushuaia Bureau, ente mixto relacionado con el turismo local. En una segunda etapa se indaga en las empresas prestadoras de servicios turísticos del destino Ushuaia, así como en los organismos oficiales de turismo que influyen en el desarrollo y la gestión del turismo en Ushuaia con el objetivo de conocer los procesos de digitalización de la oferta turística vinculados con las principales inquietudes presentadas por la pandemia: manejo de la

masividad, reducción del contacto presencial, implementación de las prácticas turísticas en contextos sanitarios adecuados y, políticas públicas de apoyo y fomento al sector para garantizar su continuidad operativa. Así las fuentes de información a las que apela este proceso de investigación son tanto primarias como secundarias. La información secundaria proviene de libros, artículos de investigación, informes estadísticos y sitios webs. Para la obtención de la información primaria y como elementos y herramientas de recolección de datos se diseñaron encuestas y entrevistas semiestructuradas en profundidad. Además, se diagramó un planilla ad hoc para el registro de contenidos y posterior análisis del discurso del sitio web www.vistiushuaia.tur.ar. Las encuestas a turistas se llevaron a cabo en las áreas de uso común del aeropuerto internacional de Ushuaia Malvinas Argentinas durante los meses de febrero y marzo de 2020, previo a la declaración de COVID-19 como pandemia. Se obtuvieron 100 (cien) registros válidos. Por su parte, el análisis de contenido de sitio web se realizó en laboratorio mediante el uso de una planilla diseñada para tal fin. Por último, las entrevistas en profundidad se implementaron durante las etapas de cuarentena en 2020 y 2021, a través de plataformas de comunicación virtual en formato videoconferencia.

Los resultados obtenidos luego del trabajo de campo, cruzados con el resto de la información secundaria alcanzada, permiten afirmar la presencia del turista digital en la ciudad de Ushuaia, en sus diversos perfiles. Se puede inferir en función de que los usuarios aún siguen confiando en las agencias de viaje tradicionales como proveedores de información clave sobre actividades del destino, que existe un área de vacancia a desarrollar para la oferta turística, acorde con la tendencia de generar productos experimentales y/o plataformas de productos digitales. De esta manera, se comprueba la existencia de un segmento que utiliza ampliamente el teléfono móvil para consultar y adquirir información tanto en la etapa previa al viaje y durante el viaje, pero no así en la contratación. Este elemento es central para la toma de decisión desde la oferta, aunque se advierte que se requiere una profundización de acciones para lograr mayor confianza de los usuarios en los sitios de compra y/o reservas. Respecto al análisis de contenido del sitio visitushuaia.tur.ar, uno de los elementos centrales destacados es la manera en que se advierte que la marca define a la naturaleza como principal activo del destino. En este sentido, vale la pena mencionar que los contenidos referidos a la naturaleza son los que más se promueven desde la marca, pero a su vez son aquellos que más impactan en los usuarios, y en consecuencia generan mayor *engagement*.

Por otra parte, el análisis de las entrevistas orientadas a indagar en la oferta turística y sus adaptaciones durante la pandemia muestran un proceso de digitalización de los prestadores turísticos algo ralentizado en relación a los cambios advertidos en la demanda. Se logra identificar una transformación no uniforme en los emprendimientos analizados. Esta transformación indica un proceso de digitalización en marcha para la oferta turística del destino Ushuaia, aunque se registran diferentes estadios que varían desde la digitalización incipiente hasta la casi total digitalización de los procesos operativos en relación a la reserva, venta y prestación de servicios. Sin embargo, y vinculado al manejo de la masividad, la gestión de flujos simultáneos y el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad para garantizar el distanciamiento social, la pandemia se identifica como un factor motorizador y acelerador de los procesos de digitalización organizacional en el sector turístico. Por último, y respecto a las acciones de acompañamiento de la superestructura organizacional respecto a las políticas públicas de fomento, apoyo y promoción para la reactivación del sector, se observa en las entrevistas una regularidad en la inscripción en el programa de preventa turística conocido como PreViaje impulsado

por el Ministerio de Turismo y Deportes de la República Argentina, además de la aplicación a algunos programas de reactivación propuestos por el estado fueguino.

Como principal conclusión de cara a la reactivación total de la actividad en una próxima etapa post-pandemia, y en función de haber detectado un desfase entre el nivel de digitalización de la demanda y el de la oferta turística en Ushuaia, resulta necesario reflexionar acerca de la necesidad de diversificar y adaptar la oferta de productos turísticos. Estos requieren tanto de políticas públicas como de acciones del sector privado que impulsen los procesos de generación de conocimiento, mecanismos de innovación social y desarrollos tecnológicos. De esta manera, se potenciarían los activos turísticos y capacidades locales constituidos por los recursos y atractivos turísticos, la planta turística como sistema de producción de servicios turísticos, los recursos humanos especializados y el componente educativo académico local, en tanto activos territoriales que propicien la resiliencia territorial y turística postpandemia.

Referencias bibliográficas

argentina.gob.ar. (marzo 5, 2020). Nuevo Coronavirus COVID-19. Reporte epidemiológico. <https://www.argentina.gob.ar/coronavirus/informes-diarios/reportes/marzo2020>

Capanegra, C. (2010). El desarrollo turístico como estrategia política del Estado: de la política en turismo a la política turística. *Argentina 1900-1975. Aportes y Transferencias*, 14(1), 23-42

César Dachary, A.; Arnaiz Burne, S.; César Arnaiz, F. (2018). *Capitalismo, Sociedad y Turismo*. Universidad Nacional de Quilmes.

Cohen, C., Romano, S. A., & Benseny, G. (2020). Aproximaciones teóricas al concepto de desarrollo y su vinculación con la práctica turística como fenómeno activador del proceso. *FACES*, 26(54), 49-64

Gobierno de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. (16 de marzo de 2020). Decreto N° 468 de 2020. Protocolo de cuarentena en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. B.O.P N°4560

Gobierno de Tierra del Fuego (s.f.). *Tierra del Fuego fue distinguida con el sello "Safe Travels"*. Recuperado el 20 de mayo de 2022 de <https://www.tierradelfuego.gob.ar/tierra-del-fuego-fue-distinguida-con-el-sello-safe-travels/>

Información General. (marzo 26, 2020). *Ushuaia sin vuelos*. <https://www.eldiariodelfindelmundo.com/noticias/2020/03/26/86010-ushuaia-sin-vuelos>

INFUETUR - Instituto Fueguino de Turismo. (noviembre 20, 2020). Resolución N°1333/2020. Habilidad de la temporada turística 2020/2021. B.O.P. N°4743.

INFUETUR - Instituto Fueguino de Turismo. (s.f.). *Protocolos COVID-19*. Recuperado mayo 27 de 2022 de <https://infuetur.gob.ar/covid19/protocolos>

OMT - Organización Mundial del Turismo (2020). COVID - 19 related travel restrictions a global review for tourism second report. Disponible en: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions%20%2028%20April.pdf>

Suarez Rosa, S. y Fumero, González, E. (2020). La hora del turismo sostenible y de las personas. En: M. Simancas, M. et al. (coord.). *Turismo pos-covid19. Reflexiones, retos y oportunidades* (pp.283-291). Universidad de La Laguna.

STU - Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Ushuaia (2017). Comportamiento del turismo receptivo. Documento estadístico. Disponible en: <http://www.turismoushuaia.com/estadisticas/cap11516.pdf>.

Wallingre, N. y Villar, A. (2009). *Desarrollo y gestión de destinos turísticos: políticas y estrategias*. Universidad Nacional de Quilmes.

Eje temático 6: Turismo y transformación digital

ENFOQUES DE INTELIGENCIA EN LA GOBERNANZA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LA PLATA

Leandro Becka - leandro.becka@econo.unlp.edu.ar

Diego Barrios - diego.barrios@econo.unlp.edu.ar

Deborah Lobelos - deborah.lobelos@econo.unlp.edu.ar

Ana Clara Rucci - anaclara.rucci@econo.unlp.edu.ar

Ramiro Lopez Arata - ramiro.lopezarata@econo.unlp.edu.ar

*Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata,
Instituto de Investigaciones en Turismo.*

Palabras clave: Destinos Turísticos Inteligentes - Inteligencia Territorial - Gobernanza Turística - La Plata - Transformación Digital.

Introducción

En los últimos años se ha instalado el desarrollo de modelos de ciudades y destinos turísticos inteligentes como la manera natural en la que los destinos “deberían” desarrollarse.

Ante esta realidad, las ciudades están abocadas a maximizar su eficiencia, es decir, a convertirse en “ciudades inteligentes”. Aunque no existe una definición formal y ampliamente aceptada de “ciudad inteligente”, el concepto se refiere a criterios ligados a un mejor uso de los recursos públicos, la mejora de la calidad de los servicios ofrecidos a los ciudadanos, al tiempo que se reducen los costos operativos de la administración pública (Zanella et al., 2014). Muchos autores han intentado formular la definición de una “ciudad inteligente” vinculándola con diferentes términos, lo que indica la falta de una definición uniforme o ampliamente aceptada (Zhuhadar et al., 2017; Chong et al., 2018). La mayor parte de la literatura intenta definir el concepto de una “ciudad inteligente” centrada en el aspecto tecnológico (Winkowska, Szpilko y Pejić, 2019). De acuerdo con Manville et al. (2014), una “ciudad inteligente” es una ciudad donde los problemas públicos se resuelven utilizando las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), con la participación de varios tipos de partes interesadas que trabajan en colaboración con las autoridades de la ciudad. Sin embargo, según algunos autores, una ciudad difícilmente puede volverse inteligente sólo por la tecnología (Nam y Pardo, 2014). La inteligencia como característica distintiva de las ciudades no debe tratarse en el sentido literal de la palabra, sino percibirse como la suma de varias mejoras en la infraestructura urbana, los recursos y los servicios públicos (Allwinkle y Cruickshank, 2011).

Si bien en el mundo han surgido numerosos y diversos modelos de DTI, el único que cuenta con una certificación de norma de estandarización es el propuesto por SEGITTUR (España), definiendo a un DTI como “*un espacio turístico innovador, accesibles para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes*” (2015:31).

Asimismo, España implementa la metodología *Smart Destination*, basada en el análisis de requisitos alrededor de cinco ejes: gobernanza, tecnología, innovación, accesibilidad y sostenibilidad, promoviendo una visión integradora del destino incluyendo todas sus áreas.

Alcanzar el estatus de DTI en España, significa certificar mediante auditoría conforme a la norma UNE 178.501 de Sistema de gestión de DTI. Siguiendo dicha metodología, son cinco los destinos españoles que han logrado alcanzar más del 80% de los requisitos exigidos como DTI: Benidorm (Comunidad Valenciana), Gijón (Principado de Asturias), Málaga (Andalucía), Isla de Tenerife (Tenerife) y Santander (Cantabria).

En Argentina, se ha desarrollado una metodología propia por el Instituto de Ciudades del Futuro (ICF), el cual está inspirado en la metodología SEGITTUR. Este modelo plantea la realización de un autodiagnóstico para recolectar la información preliminar estandarizada de cada municipio, para luego crear planes de acción específicos a sus necesidades (Ivars et al., 2021). Para certificar inteligencia turística en el municipio, se debe cumplir con al menos un 80% de aprobación en cada una de las seis dimensiones de inteligencia que categorizan las variables del autodiagnóstico. De esta manera, el cumplimiento del autodiagnóstico se convierte en el punto de partida para la detección de áreas de mejora y la identificación de estrategias y acciones para cada destino en cada dimensión.

En este marco, este trabajo tiene como objetivo estudiar la gestión del modelo de inteligencia turística en el municipio de La Plata. Éste es miembro de la Red de Ciudades Inteligentes de Argentina (ReCIA) y de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar) desde el año 2020. Estas adhesiones implican que el municipio se compromete a adoptar los enfoques antes mencionados, sumándose a un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos para la implementación de acciones que fomenten e impulsen un desarrollo apoyado en la noción de inteligencia como la capacidad de gestionar datos y generar información y conocimiento para la toma de decisiones y gestión local.

Existen al menos dos áreas en el municipio de La Plata que se ocupan de la construcción y desarrollo de inteligencia turística en el destino. En este trabajo identifican los aportes -ya sean acciones, planes, políticas- que llevan adelante cada una de las diferentes áreas involucradas, analizando sus competencias, sinergias, similitudes y diferencias entre ambos y analizando las potenciales incidencias de dichas acciones sobre el territorio.

Marco teórico de referencia

La literatura especializada, supone que el desarrollo de ciudades inteligentes surge en respuesta al aumento de la población, lo que está provocando hacinamiento en algunas megaciudades del mundo -como Tokio, Londres y Nueva York- que, a su vez, también se posicionan como destinos turísticos destacados mundialmente (Robino, 2019). Es por ello que los desafíos de las ciudades modernas se centran en la expansión urbana descontrolada (Kovács et al., 2019; Halmy, 2019; Yu et al., 2019); la contaminación ambiental (Caparros-Midwood et al., 2019); la logística urbana (Nataraj et al., 2019; Tomaszewska y Florea, 2018); la infraestructura técnica (Petrova y Prodromidou, 2019; Juwet y Ryckewaert, 2018); la gestión de residuos (Bugge et al., 2019; Amritha y Kumar, 2019; Dlamini et al., 2019; Scorțar et al., 2010); el envejecimiento de la población (Jayantha et al., 2018; Greenfield, 2018; Jarocka y Wang, 2018); la estratificación de los niveles de riqueza y áreas de pobreza (Muktiali, 2018; Ma et al., 2018; Aguilar y López,

2016); el bajo nivel de participación ciudadana en la gestión de los asuntos públicos (Mavrodieva et al., 2019; van Holm, 2019).

El internet de las cosas (IoT), el big data, las aplicaciones móviles, la industria 4.0, entre otros, están consiguiendo mejorar la eficiencia de las ciudades (Giffinger et al; 2007). En este sentido, una ciudad puede gestionar la tecnología para mejorar la calidad de vida de las personas y, más concretamente, para contribuir a la sostenibilidad económica, social y ambiental; ahorrar costos a sus ciudadanos; optimizar los servicios públicos; mejorar la transparencia en la gestión de las administraciones; mejorar su posicionamiento internacional para retener empresas y atraer talento y turismo; y, mejorar la comunicación con los diferentes actores y usuarios de los servicios.

Muchas ciudades turísticas -con impactos negativos relacionados al turismo, tales como malestar de la comunidad local, contaminación medioambiental, saturación y congestión de recursos (*overtourism*), entre otros (Goodwin, 2017; Huete y Mantecón, 2018)-, se han visto obligadas a encontrar formas de eliminar las presiones a las que se enfrentan tanto los residentes y trabajadores como los turistas que se desplazan diariamente en ella, abordando la vida y la movilidad urbanas con políticas inteligentes. Es por ello que en el ámbito del turismo, surgen los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) como nuevos modelos de gobernanza y desarrollo turístico que contemplen la innovación y la tecnología como medios para alcanzar la sustentabilidad de la actividad, aportando de esta manera a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y la experiencia de los visitantes (Peñarrubia, 2020).

Metodología

Este trabajo es de carácter descriptivo-exploratorio, y se apoya en dos técnicas de investigación: el estudio de caso y las entrevistas a referentes clave, que permiten estudiar y obtener información sobre cómo se lleva adelante la implementación de inteligencia turística desde el municipio de La Plata, de una manera individual y profunda, aspirando a una comprensión detallada del problema o cuestión a tratar.

Resultados y conclusiones

Hasta el momento se ha identificado que existen dos áreas en las que el municipio de La Plata se apoya para llevar adelante el desarrollo e implementación del modelo DTI-Argentina. Estas son la Secretaría de Modernización y el Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR). En el primer caso, la Secretaría de Modernización cumple la función de brindar al poder ejecutivo y al resto de las áreas del municipio, asistencia en materia de empleo público, innovación de gestión, y en el diseño, implementación y coordinación de políticas para la transformación y la modernización del Estado municipal. Para ello, se apoya en cinco ejes rectores: Capital Humano, Modernización Administrativa, Gobierno Abierto, Infraestructura Tecnológica y Ciudad Inteligente. Mientras que, por el lado del EMATUR, se trata de un organismo creado en 2009 mediante Ordenanza Municipal N° 10.612 y modificada bajo la N° 11.896 de 2019, cuya autarquía es implementada a partir del presente año 2022. El objeto de su creación es el de promocionar y desarrollar políticas municipales en materia turística, y coordinar acciones orientadas al fomento de la actividad en conjunto con organismos regionales, nacionales e internacionales.

Se espera avanzar con el análisis de las funciones, competencias y la sinergia de las mismas para el avance de la inteligencia turística del destino, así como en las acciones concretas implementadas en territorio.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, A. G., & López, F. M. (2016). Espacios de pobreza en la periferia urbana y suburbios interiores de la Ciudad de México. Las desventajas acumuladas [Poverty spaces in the urban periphery and inner suburbs of the Mexico city accumulated disadvantages]. *Eure*, 42(125), 5-29.
- Alderete, M. (2021). Propuesta de un índice de ciudad inteligente para municipios de Argentina. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 21.
- Allwinkle, S., & Cruickshank, P. (2011). Creating smart-er cities: An overview. *Journal of urban technology*, 18(2), 1-16.
- Amritha, P. K., & Kumar, P. P. A. (2019). Productive landscapes as a sustainable organic waste management option in urban areas. *Environment, Development and Sustainability*, 21(2), 709-726
- Bugge, M., Fevolden, A., & Klitkou, A. (2019). Governance for system optimization and system change: The case of urban waste. *Research Policy*, 48(4), 1076-1090.
- Caparros, D., Dawson, R., & Barr, S. (2019). Low carbon, low risk, low density: Resolving choices about sustainable development in cities. *Cities*, 89, 252-267.
- Chong, M., Habib, A., Evangelopoulos, N., & Park, H. (2018). Dynamic capabilities of a smart city: An innovative approach to discovering urban problems and solutions. *Government Information Quarterly*, 35(4), 682-692.
- Cleophas, C., Cottrill, C., Ehmke, J., & Tierney, K. (2019). Collaborative urban transportation: Recent advances in theory and practice. *European Journal of Operational Research*, 273(3), 801-816.
- Dlamini, S., Simatele, M. D., & Serge Kubanza, N. (2019). Municipal solid waste management in South Africa: From waste to energy recovery through waste-to-energy technologies in Johannesburg. *Local Environment*, 24(3), pp. 249-257.
- Faramehr, S., Hemida, H., & Fujiyama, T. (2019). Evaluation of the impact of urban water systems on railways: The scenario of track flooding caused by a water main burst. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers*, 234(3), 351-358.
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Meijers, E., & Pichler-Milanović, N. (2007). *Smart cities: Ranking of European medium-sized cities*. (Online): Viena UT: Centre of Regional Science.
- Greenfield, E. (2018). ge-friendly initiatives, social inequalities, and spatial justice. *Hastings Center Report*, 48, 41-45.
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible tourism partnership*, 1-19.
- Halmy, M. W. A. (2019). Assessing the impact of anthropogenic activities on the ecological quality of arid mediterranean ecosystems (case study from the northwestern coast of Egypt). *Ecological Indicators*, 101, 992-1003.
- Huete, R., & Mantecón, A. (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 16(1), 9-19.

- Ivars, J., Celdrán, M., Femenia, F., Perles, J., & Giner, D. (2021). Measuring the progress of smart destinations: The use of indicators as a management tool. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19.
- Jarocka, M., & Wang, H. (2018). Definition and classification criteria of logistics services for elderly. *Engineering Management in Production and Services*, 10(4), 65-75.
- Jayantha, W. M., Qian, Q. K., & Yi, C. O. (2018). Applicability of ‘Aging in place’ in redeveloped public rental housing estates in hong kong. *Cities*, 83, 140-151.
- Juwet, G., & Ryckewaert, M. (2018). Energy transition in the nebular city: Connecting transition thinking, metabolism studies, and urban design. *Sustainability*, 10(4), 955.
- Kovács, Z., Farkas, Z. J., Egedy, T., Kondor, A. C., Szabó, B., Lennert, J., Baka D., & Kohán, B. (2019). Urban sprawl and land conversion in post-socialist cities: The case of metropolitan Budapest. *Cities*, 92, 71-81.
- Ma, B., Li, H., Wei, Y. D., Xue, D., & Jiang, J. (2018). Spatial structure and mechanism of urban poverty in Xi’an city. *Acta Geographica Sinica*, 73(6), 1018-1032
- Manville, C., Cochrane, G., Cave, J., Millard, J., Pederson, J. K., Thaarup, R., & Kotterink, B. (2014). *Mapping smart cities in the EU*. Directorate General For Internal Policies Policy Department: European Parliament’s Committee on Industry, Research and Energy.
- Mavrodieva, A., Daramita, R., Arsono, A., Yawen, L., & Shaw, R. (2019). Role of civil society in sustainable urban renewal after the Kobe Earthquake. *Sustainability*, 11(2), 335.
- Muktiali, M. (2018). Policy analysis of poverty alleviation in Semarang city using spatial and sectoral approach. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 123(1)
- Nam, T., & Pardo, T. A. (2014). Understanding municipal service integration: An exploratory study of contact centers. *Journal of urban technology*, 21(1), 57-78
- Nataraj, S., Ferone, D., Quintero-Araujo, C., Juan, A. A., & Festa, P. (2019). Consolidation centers in city logistics: A cooperative approach based on the location routing problem. *International Journal of Industrial Engineering Computations*, 10(3), 393-404.
- Peñarrubia, M. (2020). *El Valor de los Datos en Turismo*. Valencia, España: Tirant Humanidades
- Petrova, S., & Prodromidou, A. (2019). Everyday politics of austerity: Infrastructure and vulnerability in times of crisis. *Environment and Planning C: Politics and Space*
- RECIA. (2022, 05 20). Retrieved from RECIA: <https://recia.com.ar/que-es-recia/>
- Red DTI-Ar. (2022, 05 20). *Iniciativas Red DTI-Ar*. Retrieved from Red Argentina de Destinos Turísticos Argentina: <https://www.reddti-ar.com.ar/>
- Robino, D. (2019). *Global Destination Index*. www.mastercard.com/news/media/wexffu4b/gdci-global-report-final-1.pdf

- Scorțar, L. M., Vereș Vincențiu, M. M., & Anamaria, M. (2010). Solid waste disposal problems in Arieș urban community from Cluj county. *Polish Journal of Management Studies*, 2(2), 116-123
- SEGITTUR. (2015). *Informe Destinos Turísticos: construyendo el futuro*. Madrid, España.
- Tomaszewska, E., & Florea, A. (2018). Urban smart mobility in the scientific literature—bibliometric analysis. *Engineering Management in Production and Services*, 10(2).
- Van Holm, E. (2019). Unequal cities, unequal participation: The effect of income inequality on civic engagement. *American Review of Public Administration*, 49(2), 135-144.
- Winkowska, J., Szpilko, D., & Pejić, S. (2019). Smart city concept in the light of the literature review. *Engineering Management in Production and Services*, Vol 11(2), 70-86.
- Yu, M., Yang, Y., Chen, F., Zhu, F., Qu, J., & Zhang, S. (2019). Response of agricultural multifunctionality to farmland loss under rapidly urbanizing processes in yangtze river delta, china. *Science of the Total Environment*, 66, 1-11.
- Zanella, A., Bui, N., Castellani, A., Vangelista, L., & Zorzi, M. (2014). Internet of things for smart cities. *EEE Internet of Things journal*, 1(1), 22-32.
- Zuhadar, L., Thrasher, E., Marklin, S., & de Pablos, P. (2017). The next wave of innovation—Review of smart cities intelligent operation systems. *Computers in Human Behavior*, 66, 273-281.

Eje temático 6: Turismo y transformación digital

TECNOLOGÍAS Y NUEVOS SENDEROS INTERPRETATIVOS INTERACTIVOS

Lic. Pablo A.Kohen - pkohen@unq.edu.ar

Universidad Nacional de Quilmes

Palabras Clave: Senderos Interpretativos - Aplicaciones Móviles - Realidad Aumentada - Código de QR - Sensores Beacon.

Introducción

En el período 2018-19, el equipo de investigación llevó adelante el Proyecto Orientado por la Práctica Profesional: “El impacto de la realidad aumentada y virtual en turismo”; el cual tuvo como propósito realizar un diagnóstico de la utilización de la realidad virtual y aumentada en la actividad turística tomando como hipótesis que las posibilidades de aplicación de estas tecnologías eran tan necesarias como desconocidas por la mayor parte del mercado y la comunidad académica.

En tal sentido, se observó un común denominador en la actividad turística que privilegia el carácter inmersivo de esta tecnología en relación a los servicios, industria y salud, que utilizan en mayor medida los aspectos de simulación interactiva e interacción en tiempo real.

Es así como, además de confirmar el supuesto inicial, pudimos establecer que existe una subutilización de las tecnologías inmersivas, comparándola con otros ámbitos de actuación. Si bien las imágenes y videos 360 grados son las tecnologías inmersivas que hoy tienen mayor difusión, la realidad virtual, aumentada y mixta están desarrollándose tomando distancia de la promoción y orientándose hacia la gestión de la experiencia, el entrenamiento y la planificación inteligente de empresas y destinos.

Objetivos

El actual proyecto (2020-21) “Tecnologías inmersivas y destinos turísticos: diseño de experiencias interactivas” se propuso como objetivo general diseñar experiencias interactivas de interpretación de sitios naturales, culturales o patrimoniales para los destinos turísticos mediante el uso de tecnologías inmersivas en un nuevo escenario de promoción, capacitación y desarrollo sustentable.

Para ellos abordamos los siguientes temas:

- a) Identificación de los distintos componentes que conforman la experiencia interactiva de interpretación turística.
- b) Determinación de los alcances de las aplicaciones de tecnología inmersivas accesibles para los destinos turísticos, en particular, la realidad aumentada y los códigos de QR
- c) Identificación y análisis de las experiencias similares realizadas en otros destinos y sectores.
- d) Modelización de nuevas experiencias orientadas a los senderos y centros de interpretación

Marco teórico de referencia

A continuación, se desarrollará los principales conceptos que integra el marco de referencia del proyecto.

a) Sendero Interpretativos

Los senderos interpretativos son productos turísticos encuadrados tradicionalmente dentro de la tipología turismo alternativo y conocidos para la práctica del senderismo, que permiten según Zimmer et al (1997) un posicionamiento estratégico de los destinos turísticos posibilitando no solo la captación y disfrute del entorno, de su patrimonio cultural y biodiversidad, sino también la conservación de los mismos convirtiéndolos en una herramienta indispensable para el cuidado del ambiente que ofrece un manejo adecuado del destino.

Para Tacón y Firmani (2004) un sendero “Es un pequeño camino o huella que permite recorrer con facilidad un área determinada” cumpliendo varias funciones: servir de acceso y paseo para los visitantes, ser un medio para el desarrollo de actividades educativas y servir para los propósitos administrativos del área protegida.

Los senderos interpretativos pueden existir ya en un destino turístico o planificarse, para lo cual deben seguirse según Phillips et al (2014) tres etapas: a) Planeación participativa y diagnóstico del sendero, b) Diseño del sendero y, c) Operación del sendero. Nuestro proyecto se orienta a incorporar tecnologías en estas dos últimas etapas.

b) Las tecnologías móviles en la experiencia turística

El desarrollo de las TIC ha propiciado que la industria del turismo cambie desde una perspectiva de servicio a una de producto, la cual es claramente perceptible en cuanto a la planificación del viaje, compra y experiencias personalizadas para el destino preferido (Rayman-Bacchus y Molina, 2001; Al-Gahtani, Hubona y Wang, 2007). En este contexto, se puede destacar la aparición e integración de aplicaciones móviles en el sector turístico -conocidas como e-turismo apps o m-tourism apps - (Viana y Andrade, 2008).

Las aplicaciones móviles se tratan de soluciones aplicadas a la búsqueda de destinos, productos y servicios; a la geolocalización de todo tipo de recursos; al aporte de información sobre ofertas en tiempo real, y recursos de Realidad Aumentada y Virtual, entre otros (SEGITTUR, 2015). Estas deben poseer características básicas para que lleguen al turista potencial: tienen que ser fáciles de usar, proporcionar información en el momento, ayudar a la organización del viaje, ser prácticas, dar valor añadido al destino/recurso, utilizar geolocalización y tener acceso a redes sociales (Cajal, 2013).

c) Código de QR

Según el Manual operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes (2015), un Código QR, es una matriz de puntos o un código de barras bidimensional que enlaza con una URL determinada, el mismo se puede presentar de forma impresa o en pantalla.

Sus aplicaciones turísticas son muy variadas, en su mayoría se relacionan con procesos de promoción y comercialización. Su inclusión en paneles interpretativos, material promocional, procesos de check-in/out, campañas de marketing, cartas de restaurantes, entre otros, favorece así una mejora de la experiencia turística y el desarrollo de procesos de fidelización.

La difusión de teléfonos móviles y aplicaciones lectoras de códigos QR permite una interacción ágil entre el turista y el destino, al facilitar la comunicación off/on-line. Los códigos QR pueden usarse en actividades tanto de lectura como de escritura: pueden ser

vías de acceso a material complementario (vídeo, podcast, website) o a una web en la que se tenga que introducir información (formularios, documentos, etc) (Araguz, 2012).

d) Realidad Aumentada

La Realidad Aumentada es la incorporación de datos e información digital en un entorno real, por medio de “disparadores” que se activan mediante un software. Este proceso se puede llevar a cabo de tres maneras posibles, a saber: marcadores o código Quick Response (QR), objetos o la posición espacial. Una tecnología que permite combinar lo real con lo virtual. Es decir, posibilita la inserción en tiempo real de objetos virtuales sobre la realidad, generando una imagen enriquecida de esta última al aportarle información adicional.

Para Ruiz Torres (2012) esta tecnología permite “acceder a un mayor abanico de interpretaciones y lecturas del objeto, y, por ende, ampliar los límites del conocimiento”, y agrega que “la capacidad de insertar objetos virtuales en el espacio real y el desarrollo de interfaces de gran sencillez, la han convertido en una herramienta muy útil para presentar determinados contenidos bajo las premisas de entretenimiento y educación.” (2012)

La popularidad actual de esta tecnología se debe al uso masivo de la tecnología móvil, dado que a través de la cámara incluida en estos dispositivos se puede tener la imagen enriquecida o aumentada de lo que se observa, debido a la superposición de información virtual. Además, el acceso a la información en movilidad, facilita la interacción entre usuario y sistema.

Según Arce (2013) la RA puede ser: estática, dinámica o de geolocalización.

- Realidad Aumentada Estática: son aplicaciones en las cuales los objetos aparecen en la pantalla del dispositivo de forma tridimensional, sin realizar movimiento. Se destacan aplicaciones de Educación, Arquitectura, Marketing, etc en las cuales el objetivo sea exhibir al usuario idealizaciones. En su mayoría, utilizan marcadores, elemento donde se van a reproducir las imágenes creadas por el procesador y donde veremos, a través de una pantalla, el modelo 3D que nos ofrece la RA. Hay distintos tipos de marcadores, pueden ser impresos en papel o los que usan objetos reconocidos por un determinado software y por medio de ellos nos conducen a la experiencia de la RA (Arce, 2013).
- Realidad Aumentada Dinámica: los objetos se pueden mover e interactuar con el usuario, dentro de sí, el objeto puede llevar más información y así ser más explicativo (Arce, 2013). La mayoría de las aplicaciones de RA pertenecen a esta categoría, incluidos juegos o aplicaciones utilizadas en procesos de fabricación. Actualmente la tendencia realiza el desarrollo de aplicaciones de esta categoría, la cual es de utilidad para los usuarios en diferentes fines (Arce, 2013).
- Realidad aumentada de Geolocalización: La RA en conjunto a la Geolocalización permite crear aplicaciones de gran calidad, diseño y usabilidad, teniendo una apariencia diferenciada y personalizada, ofreciendo a su vez información adicional en 3D (Arce, 2013). La combinación de ambas tecnologías es un fuerte aliado para complementar contenidos de todo tipo, ya sean guías turísticas, de ocio o restaurantes, para localizar fácilmente cualquier tipo de servicio de ayuda al ciudadano, servicios de interés general como estaciones de servicio, cajeros automáticos, farmacias, comercios, entre otros (Arce, 2013).

En la última década podemos observar cómo se diseñaron y desarrollaron una serie de herramientas para dispositivos móviles basados en realidad aumentada, realizándose

aplicaciones dentro del sector turístico, que generaron una mayor eficiencia y eficacia en las respuestas entre la terminal y el usuario. Según Leiva (2012) se pueden distinguir dos importantes grupos:

- Aplicaciones y proyectos turísticos orientados al patrimonio: fueron el indicio de las aplicaciones con esta tecnología generando la reconstrucción, animación o visualización virtual (normalmente mediante el uso de modelos 3D más o menos complejos) de monumentos y edificios emblemáticos que se encuentran en pésimo estado o, en muchos casos, en ruinas (Olivencia,2014).
- Aplicaciones y proyectos turísticos orientados al guiado: en este grupo se encuentran, en general, el resto de aplicaciones. Principalmente están enfocadas a guiar u orientar al turista u excursionista en un recorrido o ciudad, indicándole dónde se encuentra un determinado recurso turístico.

Estos dos grupos de aplicaciones logran satisfacer a los turistas con nuevas experiencias cumpliendo con las demandas que dispone el sector turístico. Resulta muy interesante la cooperación de ambos grupos, permitiéndole al turista conseguir una mayor comprensión de los monumentos, el ambiente y la evolución histórica de los sitios visitados, consiguiendo que la inmersión del turista sea mayor y más gratificante (Olivencia 2014)

e) Sensores Beacon

Otra de las tecnologías sobre las cuales se trabajará son los Beacon. Conocidos como sensores o balizas, la Universidad Oberta de Cataluña UOC los define como “Pequeños dispositivos inalámbricos que emiten una señal de radio de corto alcance con tecnología Bluetooth 4.0 (llamado Bluetooth Low Energy-BLE) y que, a diferencia de otros sensores, se pueden comunicar con un teléfono móvil en una distancia de 50 a 70 metros. Lluís Villarejo, especialista en Tecnología de la UOC, explica “Su uso se ha vuelto interesante para numerosas compañías porque es una tecnología barata, tanto los dispositivos como su mantenimiento y porque permite conectar lugares físicos u objetos móviles con usuarios de teléfonos inteligentes”.

En cuanto a los Beacon, pueden ser de gran utilidad para un destino turístico. La EOI llama a esta tecnología “Amigo del turista y socio del destino”. Funcionan de manera independiente, cuentan con una señal única que se emite en un intervalo de tiempo determinado creando una región de señal y luego permanece pasiva, enviando solo los datos necesarios para la identificación y localización. Esto le permite generar una red capaz de utilizar varios dispositivos para generar interacciones diferentes.

Metodología

La estrategia que nos propusimos se organizó en dos momentos articulados. Mientras que en el primero ellos nos concentramos en los aspectos teórico y conceptuales de la experiencia interactiva de interpretación turística y los alcances de las aplicaciones de realidad aumentada, código de QR y Beacon; en la segunda, nos orientamos al modelado de experiencias de senderos de interpretación interactivos.

Una de las principales técnicas utilizadas fue el análisis bibliográfico y de documentos que se combinó con entrevistas semiestructuradas a Guías Turísticos con el fin de identificar los puntos relevantes por parte de la demanda. Lamentablemente, la situación de la cuarentena nos impidió la realización de talleres que funcionarían como entrevistas grupales como así tampoco la observación participante en distintas experiencias turísticas.

Resultados y conclusiones

Todo destino busca que el turista viva una experiencia única, digna de recordar y recomendar, pero sobre todo que vuelva a elegirlo. Una experiencia turística es el conjunto de sensaciones y emociones interpretadas por el turista, en base a una serie de estímulos durante todas las fases de contacto con el producto turístico

Natàlia Heredia, directora del Máster Oficial en Creación y Desarrollo de Proyectos digitales de LCI Barcelona, explica “Una experiencia interactiva se trata de saber conectar interfaces gráficas con la interacción física y aplicarlo a sectores como la industria, el retail o la hospitalidad”. La base de crear una experiencia interactiva puede ser el desarrollo de una web o una aplicación, pero lo cierto es que va más allá, porque luego se conecta la interacción con el mundo físico y en ello con la persona.

En el desarrollo de experiencias interactivas intervienen diferentes disciplinas y tecnologías. No se trata solo de conocimientos de diseño y tecnología, sino ser capaz de observar y analizar el contexto de los turistas para entender sus necesidades y la evolución de sus gustos e intereses.

Creemos en el potencial del Código QR, los Beacons y la Realidad Aumentada para llevar a cabo el diseño de experiencias interactivas de interpretación de sitios naturales, culturales o patrimoniales para los destinos turísticos en un nuevo escenario de promoción, capacitación y desarrollo sustentable. Es necesario pensar en el desarrollo, operación y gestión de un destino bajo una concepción interdisciplinaria que ayude a crear un turismo eficiente, en armonía con el entorno, cuidado, respetado y puesto en valor para todo aquel que lo visite y para la comunidad que lo rodea.

Referencias Bibliográficas

Al-Gahtani, S. S., Hubona, G. S., y Wang, J. (2007). Information technology (IT) in Saudi Arabia: culture and the acceptance and use of IT. *Information & Management*, 44(8), 681-691. doi:10.1016/j.im.2007.09.002

Anderson, C. y Wolff, M. (2010). La Web está muerta. Larga vida a Internet. *Revista cableada*, 18 (15), 1-12.

Araguz, M. A. (2012). *Informática móvil y realidad aumentada: uso de los códigos QR en educación*. Observatorio Tecnológico. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.

Arce, C. (2013). *Realidad Aumentada*. Consultado en <http://jeuazarru.com/wpcontent/uploads/2014/10/RA2013.pdf>.

Cajal, M. (2013). Turismo y Ocio 2.0: Dispositivos móviles y turismo, una relación imparable. Recuperado de: <http://www.mabelcajal.com/2013/09/dispositivos-moviles-y-turismo-una.html#.U0EORSh9tVF>

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <http://doi.org/10.1007/s12525-015-0196>

Leiva Olivencia (2012) *Realidad Aumentada bajo Tecnología Móvil basada en el Contexto Aplicada a Destinos Turísticos* (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, España.

Manual operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes (2015), Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas

Olivencia, J. L. (2014). Realidad Aumentada bajo Tecnología Móvil basada en el Contexto Aplicada a Destinos Turísticos. Málaga: Universidad de Málaga

Phillips et al (2014): Manual para la Modificación de los Senderos Interpretativos en el Ecoturismo. Oaxaca, México.

Rayman-Bacchus L., & Molina, A. (2001). Internet based tourism services: business issues and trends. *Futures*, 33 (7), 589-605. doi:10.1016/s0016-3287(01)00003-9

Ruiz Torres (2013). La realidad aumentada y su aplicación en el patrimonio cultural. Gijón: Trea.

SEGITTUR. (2015). Libro Blanco de Smart Destination. Madrid. Recuperado el 4 de Abril de 2020

Tacón, A., & Firmani, C. (2004). Manual de senderos y uso público. Programa de Fomento para la Conservación de Tierras Privadas de la Décima Región. CIPMA.

Valdivia.Viana, W., & Andrade, R.M.C. (2008). XMobile: A MB-UID environment for semiautomatic generation of adaptive applications for mobile devices. *Journal of System and Software*, 81 (3), 382-394.

Zimmer, P., & Grassmann, S. (1997). Evaluar el potencial turístico de un territorio. Observatorio Europeo LEADER, AEIDL

Eje temático 6: Turismo y transformación digital

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE MISIONES

Lic. Valeria Elizabeth Do Santos - valeriaedosantos@gmail.com

*Universidad Nacional de Misiones,
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.*

Mgter. Andrea Gutauskas - andrea.gutauskas@fatu-uncoma.com.ar

Dra. Marina Zanfardini - marina.zanfardini@fatu-uncoma-com.ar

*Universidad Nacional del Comahue,
Facultad de Turismo.*

Palabras clave: Turismo - Transformación Digital - Competencias y Habilidades Digitales.

Introducción

El desarrollo de internet y las nuevas TIC han cambiado todo a su paso y han impulsado una redefinición de la sociedad y los modelos de negocios en todos los sectores de la economía mundial, impactando directamente en ciudadanos, consumidores y organizaciones (Sanchez, 2020). El sector turístico no escapa a ello, y la digitalización se visualiza en la adopción de tecnologías por parte del turista y las organizaciones del sector, en toda la “experiencia del viaje”. Según estudios de la OMT (2021) la actividad económica mundial ha resistido mejor en aquellos países más digitalizados, en los que un mayor número de empresas ha seguido operando en los peores momentos causados por la pandemia de SARS COVID-19 por su adaptación a las nuevas tecnologías.

Además, se considera que las competencias y habilidades digitales del recurso humano del sector turístico son muy importantes para el desarrollo de la actividad en el mundo y en Argentina en particular, debido a que forman parte de una gran transformación digital que no espera, sino que acecha y empuja a reactivar el turismo post-pandemia.

Se torna fundamental indagar sobre la situación actual de la digitalización del sector turístico en Misiones, respecto de las habilidades digitales y nivel de digitalización del sector. Se considera de importancia centrar el análisis en Misiones, no solamente por su excelencia como destino reconocido a nivel mundial por su atractivo principal, las Cataratas del Iguazú, sino por la necesidad de contar con información para la toma de decisiones respecto a las acciones a desarrollar por el sector en pos de una herramienta que permita la reactivación de la actividad frente a la situación de contexto en pandemia, con consecuencias devastadoras para el turismo.

En este escrito se expone la investigación realizada en abril y mayo 2020 con los objetivos de conocer las habilidades digitales de las personas que trabajan en el sector turístico y el nivel de digitalización en sus tareas laborales e identificar algunas problemáticas en relación a las habilidades y nivel de digitalización de quienes trabajan en el sector turístico de Misiones. Habiendo aplicado una encuesta auto-suministrada, a través de un muestreo no probabilístico, por bola de nieve, logrando conseguir una muestra de 100 (cien) encuestas. Se presenta a continuación un breve marco teórico, la metodología utilizada, los resultados preliminares y las conclusiones hasta el momento.

Marco teórico de referencia

Digitalización del sector turístico

Se entiende por transformación digital a todo “... proceso por el cual las organizaciones o empresas reorganizan sus métodos de trabajo y estrategias en general, para obtener más beneficios gracias a la digitalización de procesos y a la implementación dinámica de las nuevas tecnologías» (Duro Lima, 2021). Es decir, no es solo la digitalización sino el hacer las tareas y las acciones de una forma distinta que provoque un cambio fundamental en la organización de la mano del uso de las TIC (Fournier Guimbao, J., 2021).

Esta transformación digital, se ha visto en muchos lugares del mundo, de forma intempestiva por el contexto actual, con una rápida adopción de la tecnología por parte de las organizaciones y la población general empujados por la situación de pandemia. Los distintos sectores público, privado y la sociedad en general, han invertido en recursos para operar con mayor eficacia y rapidez en todo lo que tiene que ver con la digitalización en los aspectos de la vida diaria -trabajo, estudio, relaciones sociales y personales, etc.-. También, se ha optimizado y abierto la posibilidad del teletrabajo reinventándose muchos en nuevos oficios, trabajando en red desde sus puestos de trabajo u optando por el *homeoffice* mientras se había establecido mundialmente el confinamiento y actualmente como una nueva tendencia.

En el caso puntual de Argentina, la transformación digital fue siempre la tarea que ha quedado postergada, sobre todo en el sector turístico (Dieckow, L.M y Lansse, E. A, 2017). Pese a ello se ha visualizado que en plena pandemia, muchas empresas al verse abatidas por la crisis y los impactos de la misma han acelerado los procesos para poder readaptarse cuanto antes a este nuevo contexto. Frente a este escenario tan complejo, sin lugar a dudas, el turismo fue y seguirá siendo una de las actividades de servicio más castigadas por la pandemia, y si bien siempre se habló de que tiene mucha capacidad de reinventarse ante situaciones adversas, el impulso para su recuperación debe venir acompañado con una transformación cultural digital

Competencias y habilidades digitales

Muchas personas que trabajan dentro del sector turístico cuentan con habilidades básicas digitales en su mayoría los jóvenes, sin embargo, otros presentan resistencia a los procesos de cambios dentro de las organizaciones. Ante lo desconocido, este nuevo escenario puede percibirse como una amenaza a sus puestos de trabajo y no como una herramienta para mejorar sus funciones dentro de las mismas. Es importante destacar que quienes trabajan en el sector turístico necesitan formación y preparación para su desarrollo profesional, no solamente en lo referente a su titulación o capacitación formal sino también como una actividad constante que, se debe desarrollar en paralelo con su actividad profesional mediante el aprendizaje continuo a lo largo de la vida más allá de la situación epidemiológica actual.

Estas habilidades son críticas tanto para las personas como para las organizaciones en el desarrollo e innovación de productos y procesos. Algunos autores como Lewin y McNicol (2015, citado en) mencionan que las habilidades del siglo XXI y las TIC son esenciales para el desarrollo de la tarea laboral. Estas habilidades no se refieren a cuestiones que son solo técnicas sino también vinculadas a la resolución de problemas y el aprender fácilmente cualquier nuevo procedimiento o adaptarse al cambio (Ester van Laar, A. Van Deursen, Jan y Van Dijk, J., 2017).

Metodología

Se recabó información a partir de fuentes primarias. Para ello se utilizó un cuestionario estructurado diseñado a través de formularios de Google para aplicar una encuesta auto-suministrada, que dada la situación epidemiológica fue la opción más acorde para obtener lo necesario en tiempo estimado. En el cual se incorporaron variables sobre características sociodemográficas (categorías personales y posicionales), variables para medir la digitalización de la tarea laboral, y variables referidas a las habilidades digitales de las/os encuestadas/os.

Como marco muestral, se decidió establecer una serie de variables que debían cumplir los/as encuestados/as: personas mayores de 18 años que hayan trabajado alguna vez en el sector turístico de la provincia de Misiones en los últimos 3 (tres) años o más, y que sean residentes en la provincia.

El muestreo fue no probabilístico, por bola de nieve, enviando un link de acceso a la encuesta a los contactos que tenían y que cumplieran con los requisitos establecidos en la muestra- De esta manera se logró conseguir una muestra de 100 (cien) encuestas. Las respuestas fueron almacenadas a través del Cloud Computing, precisamente en Google Drive, para posteriormente interpretarlas, analizarlas y procesar información recopilada.

Cabe destacar en cualquier caso, que las encuestas se han realizado desde el 1 de Abril del 2021 al 15 de Mayo del 2021 en Misiones.

Resultados preliminares

La primera parte del cuestionario tenía que ver con poder reconocer características sociodemográficas de los/as trabajadores del sector turístico de Misiones. De esta manera, se pudo identificar a personas adultas, con una edad promedio de 38 años, residentes en su mayoría en la ciudad Capital (Posadas) y Puerto Iguazú alcanzando casi las $\frac{3}{4}$ partes del total de los encuestados (76%). Del 100% de las respuestas, seis de cada diez eran mujeres y el 74,1% conviven con sus grupos familiares.

Respecto del nivel de estudios alcanzados más de la mitad (52%) de las respuestas aludieron ser profesionales, teniendo en su haber título universitario de pregrado o grado y estando actualmente el 61% de ellas, en relación de dependencia.

Los sectores en donde mayormente se desempeñan los encuestados son la hotelería con el 29%, seguidos por el sector turístico público (17%) y agencias de viajes (17%)

Digitalización de la tarea laboral en el sector

Respecto de la disposición de conexión a internet en su trabajo, el 97% afirmó tenerla. A su vez, una de cada diez personas trabaja en una organización que no posee sitio web (el 90% mencionó que la organización en la que trabaja cuenta con un sitio web propio).

Para poder evaluar las respuestas respecto del uso que cada encuestado le otorga a internet en sus tareas laborales, se solicitó que se asigne un puntaje máximo de 5 (siempre en el uso de cada opción) y un mínimo de 1 (para referirse a que nunca hizo uso de cada una de las opciones de tareas). De esta manera, la actividad de “Buscar información” fue el uso que más eligieron los encuestados con un puntaje promedio de 4,00; por otro lado, la actividad menos usada fue el de “vender mi servicio”, con un puntaje promedio de 3,53.

Habilidades digitales vinculadas del sector

Para conocer las habilidades digitales de las personas que trabajan en turismo, se consideró importante analizar en qué forma los/las encuestados/as organizan y gestionan

la información que reciben. Dando como resultado que las actividades que realizan al usar internet, son mayoritariamente “evaluar si las fuentes de información que consiguen en Internet son fiables”, con un promedio del 4,22 en la escala de 1 (Nunca) a 5 (Siempre).

En segundo lugar, indicaron que también hacen uso del Internet para “...ayuda a encontrar formas de resolver problemas”, con un promedio de 4,15. Siguiendo en importancia “...ayuda a utilizar la experiencia de otros profesionales” (4), “...para generar ideas innovadoras para tu trabajo” (3,9), “...compartir información importante con el equipo de trabajo” (3,9), “...organizar archivos digitales en carpetas jerárquica” (3,7), “...postear nuevos mensajes en Internet” (3,4), “...usar Internet para expresar tus ideas con claridad” (3,4). Siendo la actividad menos realizada la de “...plantear discusiones en entornos virtuales”.

Respecto al impacto que tiene la digitalización en el sector turístico en general y en la tarea laboral en particular, las respuestas de que la incorporación de herramientas digitales para la realización de tareas en el sector turístico es considerada “positiva, importante y fundamental”.

Principales conclusiones

Aunque son muchos y variados los beneficios y avances que han aportado al ámbito laboral, el desarrollo de las nuevas tecnologías, no todos los empleados de una organización emplean Internet y sus posibilidades del mismo modo.

En un momento de transición, en el que, en un mismo trabajo, existe una importante diversidad generacional, desde los “inmigrantes digitales” hasta los “nativos” como señala Prensky (2016), hay conceptos muy diversos sobre la utilidad de la tecnología y las diferentes formas de aplicarla.

Del total de los encuestados, el 76% pertenecen a dos localidades muy importantes. Posadas, por ser la Capital provincial y principal centro de servicios, y por otro, Puerto Iguazú, siendo la ciudad del atractivo más importante de la región. Allí se constata además que si bien el turismo ofrece múltiples actividades para desempeñarse laboralmente, puntualmente en la recolección de datos los sectores más ocupados fueron: la hotelería con el 29%, seguidos por el sector turístico público (17%) y agencias de viajes (17%)

Este trabajo permite cuantificar cómo influyen la incorporación de diferentes tipos de herramientas en el desarrollo de las actividades, porque si bien muchas empresas habían comenzado a darle ciertas utilidades para comunicarse con sus clientes, transmitir información y vender sus productos, en un cierto porcentaje muchos otros usos quedan relegados por falta de conocimiento o falta de capacitaciones por parte del personal.

Lo que se ve entre líneas es el poco conocimiento que tienen la mayoría de los empleados del sector turístico respecto de todos los usos que ofrecen las herramientas digitales. Esto se demuestra en que por ejemplo, en el trabajo diario, son muy pocas los encuestados que declaran poder establecer contactos en línea para colaborar en red, o crear redes de trabajo con personas del sector, o incluso plantear discusiones en entornos virtuales.

Si bien el desarrollo de las preguntas respecto del uso de herramientas digitales demuestra que se ha incorporado rápidamente la virtualidad al sector turístico de la provincia, es menester destacar algunas cuestiones que tienen que ver con la problemáticas para mejorar las funciones actuales.

La brecha digital sigue vigente y en ese sentido Misiones no es la excepción. Figura entre las provincias con un gran porcentaje de hogares que no tienen conexión a las plataformas y a pesar de avanzar en materia de conectividad en el contexto de pandemia,

esta situación trajo muchas consecuencias negativas en diferentes ámbitos.(primeraedición.com, 2020).

Por parte del Estado, es importante remarcar que lentamente hay cierto parámetro numérico que demuestra el uso básico de TIC: correos electrónicos, redes sociales o mensajería instantánea como whatsapp se encuentran fuertemente posicionados y algunas áreas específicas vinculadas a estadísticas o marketing son quienes toman la delantera y son muchos más específicos. Tal cual lo describe Fournier Guimbao (2021),

“La crisis sanitaria provocada por la pandemia del coronavirus SARS-CoV-2 mueve a las organizaciones a cambiar. La transformación digital se posiciona como un elemento potenciador del cambio y como una oportunidad de superar la crisis provocada por la COVID-19. Es una forma distinta de hacer las cosas, una evolución que permite adaptarnos, no solo a las tecnologías y su consiguiente digitalización, sino también a nuevas formas de organizarse mucho más participativas que antes y que, al fin y al cabo, es la propia sociedad la que empuja a ello” (pp 27).

Quizá nos encontremos en el momento justo para abrir paso por completo a la tecnología digital, rompiendo las estructuras que lentifican el trabajo tanto en las organizaciones turísticas del ámbito público como en el sector privado y simplificar lo cotidiano.

Referencias bibliográficas

Diario digital Primera Edición. Fecha de Publicación: 04/05/2020. Provincia de Misiones. Recuperado de: <https://www.primeraedicion.com.ar/nota/100270587/mi/siones-continua-entre-las-provincias-con-menor-conectividad-en-los-hogares/> en fecha 20/08/2021

Dieckow, L.M y Lansse, E. A.(2017). “El mercado de trabajo en Turismo y la profesionalización del sector en la provincia de Misiones, Argentina”. Revista La Rivada 5 (9), 179-196. Recuperado de: <http://www.larivada.com.ar/index.php/numero-9-diciembre-2017/homenaje/164-articulos-homenaje-turismo>

Duro Lima, S. (2021) “¿Qué es la transformación digital y cuáles son las fases de la digitalización de una empresa?”. Disponible en: <https://josefacchin.com/transformacion-digital/> Consultado 05 de Agosto 2021.

Ester van Laar, A. Van Deursen, Jan y Van Dijk, J., 2017. The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. Computers in Human Behavior 72, 577 a 588. Recuperado de https://www.academia.edu/32922410/The_relation_between_21st_century_skills_and_digital_skills_A_systematic_literature_review

Fournier Guimbao, J. (2021) La transformación digital: un aliado estratégico en la era COVID. Documento de Opinión IEEE 27/2021. Recuperado de: http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2021/DIEEEO27_2021_JOAFOU_Transformacion.pdf

Merodio, J et.al. (2016) “9 Factores de la Transformación digital de la empresa.” Editorial Juan Merodio, España. Recuperado de: <https://www.amazon.com/-/es/Juan-Merodio-ebook/dp/B01M9G4GEL>

UNWTO & Facebook Immersion Session. WEBINAR – El Camino hacia la recuperación: Herramientas y Soluciones de la OMT y Facebook para la creación de la nueva estrategia de Marketing Digital. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/event/herramientas-y-soluciones-de-la-omt-y-facebook-para-la-creacion-de-una-nueva-estrategia-de-marketing-digital>

Prensky, M.(2014) “Nativos e Inmigrantes digitales en la escuela” Recuperado de: https://donbosco.org.ar/uploads/recursos/recursos_archivos_1330_883.pdf

Sanchez, J . (2020) Transformación e Innovación Digital. Cómo innovar en nuevos modelos de negocio y en nuevas experiencias digitales de tus clientes. Recuperado de: <https://www.incipy.com/ebooks/transformacion-digital.pdf>

Eje temático 6: Turismo y transformación digital

GOOGLE MI NEGOCIO EN TURISMO INFORMACIÓN DISPONIBLE DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE VILLA PEHUENIA Y LAS GRUTAS

Andrea Gutauskas - andrea.gutauskas@fatu-uncoma.com.ar

Victoria Maluenda - maluendavl@gmail.com

Dra. Marina Zanfardini - marina.zanfardini@fatu-uncoma.com.ar

*Universidad Nacional del Comahue,
Facultad de Turismo.*

Palabras clave: Información georeferenciada - Google mi negocio - Empresas turísticas.

Introducción

Actualmente el turismo está íntimamente ligado al uso de las TIC, que permiten el acceso a la información de manera inmediata, desde cualquier lugar y dispositivo conectado a internet. Las TIC han condicionado la eficacia y efectividad de las organizaciones vinculadas al turismo en la forma en que se interactúa en el mercado y en como los consumidores se relacionan o interactúan con los prestadores y/o destinos turísticos (Zanfardini, Gutauskas, Diez, 2013). Estas tecnologías facilitan la búsqueda de información en línea de un turista sobre un prestador turístico, como así también facilitan la publicación de información sobre un servicio turístico particular por parte del prestador. De esta manera, ha cambiado por completo el panorama del consumo turístico y se vuelve indispensable la presencia de los destinos y de los servicios turísticos en la red.

En este contexto, es que surge la información georeferenciada, haciendo referencia a que cada elemento en la tierra tiene una ubicación única en un momento determinado, que puede ser identificado a través de coordenadas o algún otro tipo de identificación como por ejemplo calles, numeración, etc. El geo-posicionamiento se entiende como una herramienta de marketing (geomarketing) en tanto canal de comunicación para ofertar los servicios de un destino o empresa turística, además de para conocer las preferencias y necesidades de los consumidores al permitir generar reseñas de uso de dichos servicios y poderlas compartir con otros usuarios (Gargiulo y León, 2021). Un servicio de geolocalización es Google Maps y su herramienta de Google Mi Negocio. La misma es una herramienta georeferenciada que las empresas pueden usar de manera gratuita y fácil, para poder administrar su presencia en línea, particularmente en Google, vinculados al servicio de búsqueda y de Maps (Support de Google Mi Negocio, 2021), generando una conexión más fácil de todos los actores de la actividad turística. Por otro lado, es un instrumento esencial para el posicionamiento orgánico en el buscador Google, siendo éste el más popular. Google Mi Negocio permite que cada empresa pueda crear su propio perfil y administrar toda su información, publicando fotos del negocio, ofertas y publicaciones en general; por otro lado permite la interacción con los clientes a través de comentarios y subida de fotos (Andrade, et. al., 2020).

Resulta por tanto necesario, conocer el uso que se hace de esta herramienta por parte de los prestadores turísticos de destinos de la Patagonia Argentina -Villa Pehuenia (Neuquén) y Las Grutas (Río Negro) debido a la nula información al respecto y rescatando

un antecedente de estudio realizado para Río Gallegos (Santa Cruz) (Andrade, Caceres y Frias, 2020).

En esta ponencia se busca mostrar una investigación que tuvo como objetivo analizar la información sobre los prestadores turísticos de los destinos Villa Pehuenia (Neuquén) y Las Grutas (Río Negro) disponibles en la herramienta Google Maps, específicamente el servicio de Google Mi negocio. De esta manera se realizó una investigación exploratoria, usando como instrumento de recolección de datos una Ficha de observación que permitió analizar la información de los sitios de Google Mi Negocio de 141 establecimientos de los servicios turísticos (de alojamiento, alimentación y agencias de viajes) de Villa Pehuenia y de Las Grutas.

Como resultado se pudo ver Google Mi Negocio es un recurso muy utilizado por las empresas turísticas de los destinos Villa Pehuenia y Las Grutas para ofrecer información de los servicios que prestan, por la cantidad de establecimientos encontrados y por la información que presentan; también es una herramienta muy utilizada por los turistas para comentar su experiencia con cada servicio

Marco teórico de referencia

El escenario actual donde se desarrolla la economía mundial se caracteriza por la importancia de la información. La gestión de las organizaciones ya no depende únicamente de capacidades financieras y de producción, sino que la base de la misma es la información (Rodríguez Moreno, 2001). Por tanto, la información se convierte en un elemento central para la sociedad donde las TIC cumplen un papel predominante (Zanfardini, et. al., 2013).

Las TIC hacen referencia a los recursos tecnológicos que permiten el almacenamiento, procesamiento, organización, acceso, uso, distribución y comunicación de información. Comprende recursos informáticos como software y hardware necesarios para almacenamiento y gestión de información, además redes de comunicación a través de diversos medios físicos, que permiten su transmisión. Incluyen computadores, teléfonos móviles, personal digital assistant (PDA), internet, páginas web, blogs, redes sociales, etc.

Para gestionar la información, las organizaciones cuentan con distintas tecnologías, una de la más utilizada internet, que ha revolucionado la distribución de información de turismo y ventas además tiene un impacto importante como fuente de información para el turismo (Zanfardini, et. al., 2013).

Actualmente, la tecnología es una herramienta fundamental dentro del sector turístico, permite al usuario el intercambio de información en tiempo real, sin tener en cuenta las distancias ni la localización, convirtiéndolo en un foco de atención para la comunicación y comercialización del turismo.

Una aplicación clave en la gestión del turismo actual es Google Maps, servicio gratuito de Google de mapas a través de la Web (Google, 2022). Es un servicio de geolocalización, entendiéndose como tal a que cada elemento en la tierra tiene una ubicación única en un momento determinado, que puede ser identificado a través de coordenadas o algún otro tipo de identificación como por ejemplo calles, numeración, etc. Este servicio brinda imágenes de mapas desplazables, fotos de satélite del mundo entero y de ciudades y rutas entre diferentes ubicaciones en las que se presentan especificaciones de los recorridos como condiciones de tráfico en tiempo real (Google Traffic), herramientas de cálculo de tiempo en rutas a pie, en auto o transporte público y un navegador GPS. También presenta imágenes 360° a pie de calle (Google Street View). Esta aplicación reemplaza a los mapas físicos tan utilizados en el turismo convencional para orientación y exploración de los destinos turísticos.

Google Maps contiene una herramienta denominada Google Mi Negocio. La misma es una herramienta georeferenciada que las empresas pueden usar de manera gratuita y fácil, para poder administrar su presencia en línea, particularmente en Google, vinculados al servicio de búsqueda y de Maps (Support de Google Mi Negocio, 2021), generando una conexión más fácil de todos los actores de la actividad turística. Por otro lado, es un instrumento esencial para el posicionamiento orgánico en el buscador Google, siendo éste el más popular. Google Mi Negocio permite que cada empresa pueda crear su propio perfil y administrar toda su información, publicando fotos del negocio, ofertas y publicaciones en general; por otro lado permite la interacción con los clientes a través de comentarios y subida de fotos (Andrade, et. al., 2020). “Esta herramienta se encuentra dirigida a las empresas a fin de aumentar su visibilidad en línea, fortaleciendo su presencia en Internet y la confianza de los clientes (Google Support)” (Andrade et. al., 2020, pag. 140). Entre la información que puede exhibirse del negocio, pueden publicarse fotografías, sitio web, teléfono, ubicación, horario y, en algunos casos, tarifas o accesos directos a reservas o compras de servicios. Además, permite la interacción con los usuarios, que pueden escribir reseñas sobre su experiencia con la empresa. Otra característica de interés es el sistema de valoraciones de Google, en el cual los usuarios puntúan de 1 a 5 estrellas el servicio o negocio. Los propietarios de las distintas empresas pueden visualizar el número de visitas que ha tenido su negocio, como también las búsquedas y comentarios (Andrade, et. al., 2020).

Metodología

Para analizar la información de los servicios turísticos de alojamiento, gastronomía y agencias de viajes de los destinos turísticos Villa Pehuena y Las Grutas, se llevó a cabo una investigación exploratoria. Como instrumento de recolección de datos se utilizó un formulario diseñado en Google Drive que corresponde a una Ficha de observación, con el fin de registrar la información que se presenta en la herramienta Google Maps de cada uno de ellos. Un paso previo fue definir el enlace de Google Maps (<https://www.google.com.ar/maps>) para cada destino:

- Las Grutas:

<https://www.google.com.ar/maps/place/Las+Grutas,+R%C3%ADo+Negro/@-40.8079873,-65.119181,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x95fa332ef10b0b27:0x82c47ba662165cdf!8m2!3d-40.8108283!4d-65.0943303>

- Villa Pehuena:

<https://www.google.com.ar/maps/place/Villa+Pehuena,+Neuqu%C3%A9n/@-38.8910314,-71.1938877,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x9612e28a476df07f:0xde7e9bcae8bb039!8m2!3d-38.8796732!4d-71.1872083>

En dichos enlaces se realizó una observación, que permitió crear una base de datos de las empresas turísticas en función del tipo de servicio turístico y del destino donde se ubican. Obteniendo de esta manera un listado de los perfiles de Google Mi Negocio de cada destino, a los que se les aplicó el instrumento de recolección de datos diseñado (ficha de observación). Desde el día 13 al 25 de octubre de 2021 se llevó a cabo la observación de un total de 141 perfiles de establecimientos que ofrecen distintos servicios en cada destino, siendo un 41,8% de Villa Pehuena y el 58,2% restante de Las Grutas. En cuanto a los servicios que se relevaron, el 68,1% fueron alojamientos, el 23,4% gastronómicos y el 8,5% agencias de viajes.

Las variables analizadas fueron creadas a partir de una revisión general de Google Mi Negocio, y viendo cada servicio en particular. Se analizaron variables específicas para cada servicio (ubicación, tipo de servicio que ofrece, si posee dirección física y los datos de la misma, número de teléfono, enlace a sitio web y redes sociales, horario de atención, etc.) como así también variables generales a todos los servicios turísticos (cantidad de usuarios que calificaron el servicio, puntuación promedio y las palabras más frecuentes en las reseñas).

Resultados y conclusiones

Servicios de Alojamiento

De cada alojamiento se analizaron los aspectos destacados, observando que el 65,5% no incluye el desayuno. El 58,5% de los hoteles no posee aparcamiento gratuito, mientras que un 41,5% si lo tiene. Entre los servicios ofrecidos el WIFI gratis es ofrecido por el 94,2% de los establecimientos; el 63,8% no tiene servicio de desayuno; el 70,6% de los alojamientos posee sector de estacionamiento; el 56,6% no cuenta con servicios accesibles para sus huéspedes; el 80% de los alojamientos menciona ser apto para los niños; el 82% de los hoteles cuenta con restaurante.

Servicios Gastronómicos

De los establecimientos gastronómicos, se pudo saber que el 83,33% no piden reservas por protocolo Covid; el 100% mencionan que brindan Servicio de Restaurante, consumo en el lugar.

En cuanto a la modalidad el 88,5% de los locales gastronómicos ofrecen opciones de servicios como cena; un 71,4% no entrega a domicilio y un 90% ofrece servicio para llevar.

La totalidad de los establecimientos relevados están dirigidos a un segmento familiar.

Servicio de Agencia de viajes

El 66,7% de las agencias de viaje relevadas no tiene indicado el horario punta. En la descripción de la agencia las palabras más mencionadas son agencia, viajes, servicio, turismo y excursiones.

Todos los servicios

Para todos los servicios se analizaron información de contacto: el 95% posee datos de la dirección física; el 75,9% posee dirección completa; el 87,23% posee como contacto el número de teléfono; el horario de atención al público que más se repite se encuentra entre las 10 am y las 14 pm.; un 53,6% posee enlace web de contacto. El 65,09% de los establecimientos relevados utilizan como canal de reserva a Booking. El 92,2% no utiliza el canal de reserva Despegar.

En cuanto a la cantidad de usuarios que calificaron el servicio (cantidad de reseñas), se puede mencionar que en promedio hubo 182 calificaciones de los servicios. La puntuación promedio fue de 4.7 mientras que el máximo es 4.4 y el mínimo es 2. Las palabras más mencionadas en las reseñas son: servicio, precio, calidad, vista, limpieza. En el 68,8% de los casos, esas reseñas de los usuarios no fueron contestadas por los propietarios.

Luego del análisis de los datos obtenidos de las diferentes empresas turísticas relevadas a través de Google Mi Negocio se puede establecer que es un recurso muy utilizado por las empresas turísticas de los destinos de Villa Pehuenia y Las Grutas para ofrecer información de los servicios que prestan, por la cantidad de establecimientos

encontrados y por la información que presentan; también es una herramienta muy utilizada por los turistas para comentar su experiencia con cada servicio; coincidiendo con lo expresado por Cáceres, et. al. (2020). La información publicada en los sitios de Google Mi Negocio de los prestadores turísticos de estos destinos está centrada en los servicios básicos que ofrecen, la ubicación física y enlaces para contacto, número de teléfono, sitio web y redes sociales; aunque se visualiza infrautilización de la herramienta en cuanto a estos datos.

Al respecto se debe mencionar que es necesario que las empresas turísticas pongan foco especial en los enlaces y actualizaciones de información de sus perfiles en la herramienta.

Por otro lado, esta investigación aportó datos de la valoración de esos servicios por parte de los usuarios, un elemento esencial en el proceso de consumo turístico. Y se pudo visualizar la poca o en algunos casos nula respuesta a los comentarios de viajeros que experimentan el servicio.

Es indispensable que en estos tiempos en los que la tecnología invade el consumo turístico, esta herramienta sea mejor utilizada por los propietarios de los diferentes servicios turísticos, ya que esto permitiría mejorar la gestión de sus actividades, y la comunicación con sus públicos.

Referencias bibliográficas

Andrade, C., Pompeya Cáceres, A. y Frías, P. (2020). Análisis de la información disponible en Google Maps de los servicios turísticos de Río Gallegos. Santa Cruz. Informes Científicos y Técnicos - Universidad Nacional de la Patagonia Austral - Escuela de Turismo - Unidad Académica Río Gallegos. Santa Cruz, Argentina. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7756123>

Gargiulo, F. y León, M. (2021). Información Georeferenciada y su Aplicación al Turismo. Blog Gestión de la Información en turismo - Facultad de Turismo - Universidad Nacional del Comahue - Cátedra Gestión de la Información. Disponible en: <https://gestiondelainformacionfatu.blogspot.com/2021/09/informacion-georeferenciada-y-su.html>

Google (2022). ¿Qué es Google Maps?. Disponible en: <https://sites.google.com/site/rmipasico/-que-es-google-maps>

Google Support de Google Mi Negocio (2021). Disponible en: <https://support.google.com/business/answer/6300665?hl=es-419#Overview>

Rodríguez Moreno, D. (2016). Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, vol. XXVI, núm. 1, pp. 125-146, 2018. Facultad de Ciencias Económicas Universidad Militar Nueva Granada. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/909/90953767007/html/#B82>

Zanfardini, M., Gutauskas, A. y Diez, R. (2013). Gestión de la información en turismo. EDUCO. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Argentina

Eje temático 6: Turismo y transformación digital

TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO: ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN MÓVIL “CONCORDIA TURISMO”

Autora: Seijas, Solange - solangeseijas@gmail.com

Tisocco, Fabián G. - fabian.tisocco@uner.edu.ar

Franco, Juan Pablo - juan.franco@uner.edu.ar

Universidad Nacional de Entre Ríos

Palabras claves: Turismo - Tecnología de la información y comunicación - Destino inteligente – sostenibilidad

Introducción

La inteligencia turística se encuentra fuertemente vinculada a la utilización de la tecnología para la gestión del conocimiento y la toma de decisiones por parte de los destinos y particularmente de los turistas, lo que impacta de manera significativa a lo largo de la cadena de valor de este. En el contexto de la alerta sanitaria por la pandemia del Covid-19, el municipio de Concordia, en la provincia de Entre Ríos, implementó la aplicación móvil “Concordia Turismo”, plataforma que permite vincular al visitante con los servicios turísticos locales.

El concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI) tiene como punto de partida la idea de las llamadas ciudades inteligentes o smart cities, destinos que ponen en el centro de estudio la innovación y el desarrollo sostenible de las comunidades y sus visitantes. La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), del gobierno español, considera a un DTI como un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente.

En el marco del PID 7056 que se desarrolla en la Facultad de Ciencias de la Administración de la UNER, denominado "Contribución al desarrollo de ciudades sustentables en la costa del Río Uruguay: diseño de indicadores de responsabilidad social y sustentabilidad para gobiernos locales", y a los efectos del presente, se indagó y analizó el proceso de transformación digital llevado a cabo por el Departamento de Sistemas de la Dirección de Informática de la Municipalidad de Concordia. Para ello se efectuó una revisión bibliográfica, se desarrollaron entrevistas a funcionarios directamente involucrados en el proceso, pertenecientes a las áreas de Sistemas y Turismo, y se recurrió a la observación directa sobre el funcionamiento de la aplicación.

El Municipio bajo estudio adhirió en agosto de 2020 a la Agenda 2030, cobrando relevancia en el marco de la planificación política institucional, ante el nuevo escenario post pandemia y en miras del desarrollo y encauce de acciones concretas sobre las metas acordadas. Además, este municipio se adhirió a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes en junio del año 2020, con la cual se encuentra trabajando a través de un Plan Operativo de gestión inteligente y que permitió el desarrollo del Centro de Información Turística, el Monitor Turístico y el de gestión y la Aplicación “Concordia Turismo”, lo que se presenta como un trabajo articulado con metas concretas a mediano y largo plazo.

Consideramos relevante el estudio de la temática para el desarrollo de la formación académica del Licenciado en Turismo y paralelamente escaso el número de investigaciones al respecto, principalmente en el área de las TIC's.

En este marco, la presente investigación pretende efectuar un acercamiento a la temática del turismo como herramienta transformadora para la digitalización del destino, a través del análisis de los avances que ha logrado el municipio de Concordia en la planificación turística, concretamente con la aplicación móvil “Concordia Turismo”, dotados de una infraestructura tecnológica lo suficientemente avanzada e integrada que permita y fomente el desarrollo sostenible en la cadena de valor turística y facilite la experiencia e interacción entre el territorio y el visitante, a través de una gestión eficiente de los recursos.

Marco teórico de referencia

Según el presidente de Advanced Leisure Services (ALS-España), Ángel Díaz, podemos entender a un destino inteligente como:

“un territorio turístico que tiene un proyecto definido (...) y que posee la capacidad de generar una visión de desarrollo sostenible en base a entender las limitaciones e integrar las capacidades de su territorio, maximizar la integración inteligente de la tecnología en todos los eslabones de la cadena de valor del destino y potenciar e integrar al máximo sus capacidades de gestión, tanto públicas como privadas, para aumentar de forma consistente y continuada la competitividad del destino turístico”. (Díaz, 2012, p.1)

Para el autor, el trabajo de los gobiernos locales debe propiciar la planificación del territorio de forma sostenible en toda la cadena de valor turística, de una forma competitiva para ellos (Díaz, 2012). Por su parte, Fernández Alcantud (2007) sostiene que un DTI supone fijar una estrategia de revalorización mediante el mejor aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales, la creación de recursos innovadores y la mejora en la eficiencia en los procesos de producción y distribución. Un destino capaz de innovar implementando nuevos sistemas que faciliten el análisis de múltiples fuentes de información (Big Data, business intelligence) y les permita ser eficientes y competitivos. A su vez, SEGITTUR (2015) propone que los DTI incorporen un modelo de gestión turística basado en la gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, cuya relación y capacidad permita contribuir a la concreción de los ODS.

Además, la Sociedad Estatal agrega que la transformación en un Destino Turístico Inteligente supone la revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología, resultando de ello, un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros; una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización; e impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes: medioambiental, económica y socio-cultural. También conlleva una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los residentes. Finalmente posibilita que la estrategia turística sea la base para la dinamización económica del territorio, garantizando sus efectos positivos en el largo plazo (SEGITTUR, 2015).

En tanto, la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes, confirma la tarea de fomentar el desarrollo humano sostenible en el territorio turístico de manera segura, integral, inclusiva y accesible. Entonces, la inteligencia turística está fuertemente vinculada a la utilización de la tecnología para la gestión del conocimiento y la toma de decisiones por parte de los destinos.

De esta manera, se puede entender al destino inteligente como aquel territorio que contenga una matriz integradora de la planificación turística, dotado de una infraestructura tecnológica lo suficientemente avanzada e integrada, que garantice el

desarrollo sostenible en la cadena de valor turística y que permita facilitar la experiencia e interacción entre el territorio y el visitante, a través de una gestión eficiente de los recursos.

En tanto, los DTI se desarrollan en torno al cumplimiento con la sostenibilidad, en este sentido, con los ODS, entendiéndose estos como una herramienta de planificación y seguimiento para los países, tanto a nivel nacional como local. Gracias a su visión a largo plazo, constituyen un apoyo para cada país en su senda hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas e instrumentos de presupuesto, monitoreo y evaluación (CEPAL, 2018).

Por su parte los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, propuestos por Naciones Unidas en el año 2015, constituyen una guía para movilizar acciones de manera colectiva, hacia el logro de objetivos comunes de la comunidad global. La Agenda articulada por medio de 17 objetivos genéricos, que se materializan en 169 metas y que es posible medir a través de 230 indicadores, permiten trabajar la integración de las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la económica, la social y la ambiental. El marco establecido por la agenda contribuye en forma general al desarrollo de un DTI desde una visión integral, igualmente es pertinente aclarar que esta investigación se enmarca bajo los ODS 11, 16 y 17, específicamente.

Metodología

La investigación es de tipo descriptiva, orientada a la caracterización del objeto de estudio observando su evolución a lo largo del tiempo, más específicamente desde el periodo diciembre del año 2020 a abril del año 2022. La misma se aborda mediante un estudio de caso puesto que, como se menciona, a los fines del presente, fue seleccionado uno de los municipios que integran la muestra del PID de referencia, es decir los pertenecientes al Corredor del Río Uruguay en la provincia de Entre Ríos y su vinculación con una herramienta informática.

Para el relevamiento y procesamiento de información, se realizó un análisis de los informes de tráfico de Google Play Store, entrevistas a directores de Turismo e Innovación y del Observatorio Turístico local, lo que posibilitó la caracterización del objeto de estudio. Además, se previó una fase exploratoria cuantitativa de agentes especializados en informática y sistemas correspondientes a la Dirección de Informática de la municipalidad de Concordia, las cuales fueron desarrolladas en el marco del PID antes mencionado. De forma simultánea, se recurrió a observaciones directas sobre el funcionamiento de la aplicación móvil “Concordia Turismo” y su contribución a un DTI.

Resultados y Conclusiones

Del procesamiento y análisis de datos de la encuesta efectuada al referente de la Dirección de Informática local, surge que la aplicación “Concordia Turismo” aún no se encuentra integrada al sistema de información municipal. A pesar de ello y entendiendo que el área de sistemas tiene un desarrollo considerable dentro de la estructura municipal y los desarrollos en todas las áreas municipales forman parte de un proceso de planeamiento, es de esperar que la aplicación se integre al sistema de información del Municipio.

Así mismo, desde el poder Ejecutivo reconocen la importancia que tiene esta herramienta y el trabajo articulado entre el sector público y privado, lo que permitió desarrollar la propuesta digital, que permite vincular al turista con el emprendimiento.

En cuanto a la estructura y composición de la aplicación, se puede observar que las pestañas “¿Dónde dormir?” y “¿Dónde comer?” presentan una geolocalización de cada establecimiento, información de contacto telefónico y servicios disponibles, según

corresponda el caso. Además, cuenta con la integración de los menús de todos los establecimientos gastronómicos mediante el escaneo de un código QR. Los atractivos, en tanto, se presentan en la sección “Descubrí Concordia”, donde se pueden encontrar las diferentes propuestas culturales, de naturaleza y paseos con una breve descripción histórica, geolocalización e información de contacto. Por último, cuenta con la opción “Centro de Información Turística”, donde el usuario puede encontrar información de contacto, horarios y geolocalización por Google Maps.

Aquí se puede verificar que, desde la fecha de presentación hasta la actualidad, las adquisiciones de la ficha de Play Store, según la fuente de tráfico, la aplicación representó un total de 7000 descargas, con su pico máximo de descarga el día 16 de diciembre del año 2020, con el resultado 163 descargas en 24 horas. En tanto, las instalaciones realizadas a través de este motor de búsqueda no fue el único medio utilizado, sino que, además, se detectan ingresos mediante links disponibles en páginas webs.

En cuanto a las actualizaciones de esta, la última versión renovada que ha sido cargada, el 17 de mayo de 2022, recibió aproximadamente 140 descargas hasta la fecha, según la fuente de tráfico brindada por Google, pero más de 1000 la han actualizado desde dicha fecha.

Por último, a partir de las entrevistas llevadas a cabo, resulta que desde el poder Ejecutivo reconocen la importancia que tiene esta herramienta y el trabajo articulado entre el sector público y privado, lo que permitió desarrollar la propuesta digital estudiada. De estas surge también que una visión clara con relación a la existencia de herramientas de gestión y control capaces de contribuir al desarrollo de Concordia como DTI, dando como resultado la presentación del Modelo de Gestión Inteligente y el trabajo articulado con la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes, hacia el cumplimiento de metas a mediano y largo plazo.

Referencias bibliográficas

Agencia Valenciana del Turisme - InvaTur (2015) “Big Data: retos y oportunidades para el turismo” Territorio Creativo.

Bouskela, M; Casseb, M; y otros (2016) “La ruta hacia las Smart Cities: migrando de una gestión tradicional a la ciudad inteligente”. BID.

CEPAL (2018) “La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe” Naciones Unidas.

Díaz Angel. (2012) Parámetros de referencia para una Smart Destination, Advanced Leisure Services.

Fernández Alcantud, A. López Morales J.M. Otros (2017) “Innovación y Destinos Inteligentes: Oportunidad para el Know How Turístico Español”. Estrategia e Internacionalización de la Empresa Turística ICE.

Ministerio de estado de Turismo de España: [Consultado en abril de 2022]: <https://turismo.gob.es/es-es/servicios/Paginas/Plan-Nacional-Integral-Turismo.aspx>

Moscoso, F.V. (2015) “El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico” Instituto de Investigaciones Turísticas, UNLP.

Naciones Unidas (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe. CEPAL. <https://bibliotecadigital.aecid.es/bibliodig/es/consulta/registro.do?control=ES-MAAEC20190011211>

PID 7056 (2019) Anexo Formulario de presentación Proyecto Universidad Nacional de Entre Ríos. PID 7056. Consultado el 16 de mayo de 2022 en: https://proyectos.uner.edu.ar/aplicacion.php?ah=st60fcd3cb8a03b&ai=gestion_extinv||23000105

SEGITTUR (2015) “Informe Destinos Turísticos: construyendo el futuro”. España.

Wallingre, N. y Villar, A. (Compiladores) (2014) “Gestión de Municipios Turísticos”. Instrumentos básicos de acción, Editorial UNQ.

Ziperovich, A. (2020) “Lanzamiento de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes”, Instituto Ciudades del Futuro. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=G6yqrISAvNI&t=1082s>

Eje temático 6: Turismo y transformación digital

TURISMO INTELIGENTE: EXPERIENCIAS EXITOSAS Y REFLEXIONES PARA EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

Silvia Irene Izquierdo - silvia.izquierdo@econ.unicen.edu.ar
CONICET. CEA-FCE UNICEN

Joaquín Vicente - joaquinvicente50@gmail.com
INI. CEA-FCE UNICEN

Palabras clave: Turismo - Tecnologías 4.0. - Latinoamérica.

Introducción

El turismo inteligente se define como aquel respaldado por esfuerzos integrados, para recopilar y aprovechar datos derivados de la infraestructura física, de las conexiones sociales, de fuentes organizacionales y personales, en combinación con el uso de tecnologías avanzadas que transforman estos datos en experiencias in situ y propuestas de valor, con un enfoque en la eficiencia, la sostenibilidad y el enriquecimiento de la experiencia (Gretzel, Sigala, Xiang, y Koo, 2015).

Las tecnologías 4.0 como la Inteligencia Artificial (IA) y el Aprendizaje Automático (machine learning), el Big Data, la Robótica colaborativa, el Internet de las Cosas (IoT) y el Cloud Computing, pueden orientarse hacia la mejora de la calidad de las prácticas turísticas, asumiendo a la sostenibilidad como el paradigma adecuado para mejorar la calidad de vida tanto de los huéspedes como la de los residentes (Pencarelli, 2019). Para ello se requieren estructuras de gobernanza que garanticen la coordinación e integración de las empresas de turismo, con el gobierno y la comunidad, mediante un plan de desarrollo integral (Errichiello y Micera, 2021).

Desde una mirada sistémica, y con una conceptualización amplia, no es deseable que los ecosistemas y territorios turísticos realicen innovaciones digitales que omitan otras perspectivas del turismo inteligente como es la sostenibilidad, la economía circular, la equidad, la calidad de vida. La complejidad e interconexión entre sectores, implica que todas las partes interesadas de la sociedad global: gobierno, empresas, academia, y comunidad, tienen la responsabilidad de trabajar juntos para gestionar mejor las tendencias emergentes (Schwab, 2016).

En este marco, el trabajo tiene como objetivo analizar y sintetizar experiencias exitosas de estrategias de turismo inteligente en diferentes destinos, y proponer algunas reflexiones para el ámbito de Latinoamérica. Se presentan algunos resultados parciales, fruto de la investigación en marcha.

Marco teórico de referencia

La aplicación de la tecnología en el sector turístico se ha denominado turismo "digital" o "inteligente". En particular, la implementación de la inteligencia en los destinos turísticos se ha convertido en una cuestión crítica (Jovicic, 2017), el turista más conectado, mejor informado y más comprometido, interactúa dinámicamente con el destino, co-crea productos turísticos y añade valor (Neuhofer, Buhalis & Ladkin, 2012). Las organizaciones turísticas interconectadas brindan a los turistas servicios en tiempo real, y simultáneamente recopilan datos para la optimización de su gestión estratégica y operativa (Gretzel *et al.*, 2015; Wang, Zhen, Tang, Shen, y Liu, 2013).

"Smart" (inteligente/inteligencia) se ha convertido en un término cada vez más popular para describir los desarrollos tecnológicos, económicos y sociales impulsados por

tecnologías inteligentes que se basan en sensores, macrodatos, datos abiertos y API (interfaces de programación) abiertas, nuevas formas de conectividad entre humanos y máquinas e intercambio en red de dispositivos múltiples de información (Gretzel, Zhong y Koo, 2016).

Sin embargo, la dependencia de las TIC revela algunos problemas, como la sobrecarga de información, la falta de espontaneidad que con frecuencia es esencial para las experiencias turísticas significativas, y un deseo cada vez mayor de al menos escapar de la tecnología cuando se está de vacaciones (Xiang y Gretzel, 2010). Se requiere una perspectiva crítica sobre las experiencias de turismo inteligente, más información sobre los riesgos psicológicos y para la salud del bombardeo constante con datos por parte de sistemas conscientes del contexto, y conocimientos sobre las actitudes de los consumidores hacia los diversos aspectos del turismo inteligente (Gretzel *et al.*, 2015).

Metodología

Para cumplir el objetivo analizar y sintetizar experiencias exitosas de estrategias de turismo inteligente en diferentes destinos, y proponer algunas reflexiones para el ámbito de Latinoamérica, el estudio se fundamenta en un análisis cualitativo con base en una exploración e investigación bibliográfica. Los documentos fueron hallados en distintas bases de datos y repositorios de artículos científicos (Scopus, Google Académico, SciELO, Dialnet y Scimago), aplicando en las búsquedas los siguientes descriptivos: “tourism + innovation + smartness (alternativamente se probó “4.0”); “turismo + innovación + inteligencia (también se probó la alternativa con “4.0”); “turismo inteligente”.

Del total de documentos obtenidos, se realizó una selección a partir de la lectura de su título, palabras clave y abstract o resumen, filtrando los que realmente respondieron a los descriptivos empleados. Luego se procedió a su lectura, extrayendo casos empíricos de experiencias de turismo inteligente, y también algunas cuestiones al respecto que en los artículos se planteaba para su deliberación.

En el presente resumen, se adelantan avances de los resultados de este trabajo en proceso así como algunas reflexiones, y características distintivas para la región latinoamericana y para Argentina, que serán completados para el trabajo final.

Resultados y conclusiones

Se expone en la tabla a continuación, algunos resultados parciales mencionados.

EXPERIENCIAS EXITOSAS
<p><i>Concertación público-privado como base para constituir un entorno para el desarrollo de estrategias y políticas de turismo inteligente.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -China: en la construcción de una plataforma de servicios públicos de turismo (Wang <i>et al.</i>, 2021). -Tequila (México): Consejo de Desarrollo Integral, para coordinar el proyecto de gestión turística y que le proporciona continuidad (Piñon y Castillejos, 2019).
<p><i>Innovaciones en estadísticas de turismo como herramientas para la toma de decisiones.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -China: sustitución de los métodos de encuesta tradicionales e incorporación de diferentes canales de recopilación de información turística como web, teléfonos móviles, cámaras y sensores (Wang <i>et al.</i>, 2021). -Valencia (España): implementación del Sistema de Información Turística (SIT) y de la Plataforma de Valencia (VLCi) (Camarena y Sanchez, 2020).

-Dubai (Emiratos Árabes Unidos): índice de felicidad (Piñon y Castillejos, 2019).

Inversión en la adquisición de conexiones de red inalámbricas junto a una progresiva sofisticación de aplicaciones móviles.

-Isfahan (Irán): wi-fi gratuito en sitios turísticos, guías electrónicas, aplicaciones móviles con información turística (Ghaderi, Hatamifar y Henderson, 2018)

-Mallorca (España): aplicación “e-denuncia” para la seguridad turística-ciudadana (Flores Ruiz, Burgos y Miedes Ugarte, 2018)

-Salzburgo (Austria): página “Salzburg.info” y apps de información del destino (Micera y Buonincontri, 2016)

-China: pantallas táctiles en hoteles, aeropuertos, estaciones de trenes, atractivos y centros turística (Wang *et al.*, 2021).

Incentivos y proyectos de sustentabilidad y protección del medio ambiente.

-Ámsterdam (Países Bajos): plataforma que ofrece apoyo e incentivos para que instituciones, empresas y ciudadanos desarrollen proyectos verdes (Fernandes, 2021).

Si bien son evidentes los beneficios que otorga la implementación de las tecnologías 4.0 en los servicios turísticos y el potencial que tienen las mismas a la hora de fomentar el desarrollo territorial, la tecnificación podría llevar a reducir la participación humana, debido a la intensificación del uso de dispositivos, software y otras herramientas. Es posible que los trabajadores del sector se vean alienados, o reemplazados en los servicios con contacto humano; por ejemplo, el registro de un huésped (check-in), las operaciones de registro, cobro y facturación, perjudicando así la calidad de la experiencia.

Otra cuestión a considerar, gira en torno a la privacidad y seguridad de los datos que gracias a los avances tecnológicos mencionados, son recopilados minuto a minuto. Vinculado con esto, existe la posibilidad de que aunque los turistas requieren permanente información, no estén siempre dispuestos a compartir. La constante búsqueda de preferencias y patrones de consumo por parte de las empresas, puede no tener en cuenta aspectos sumamente importantes vinculados a la privacidad en el uso de la información.

A su vez, la adopción de tecnologías requiere de las empresas que realicen vigilancia tecnológica, que estén atentas a identificar cambios e innovaciones disruptivas que los turistas puedan estar dispuestos a adoptar y valorar. Aunque la viabilidad técnica se logre, en términos de viabilidad social entonces, podría haber resistencia al uso de más tecnología y dispositivos durante el período de descanso que en general motiva a lo opuesto (Gretzel *et al.*, 2015; Xiang y Gretzel, 2010).

Surge otro interrogante al pensar que, si por definición, el turismo inteligente está basado en tecnologías, y por lo tanto es altamente dependiente de su disponibilidad, ¿qué sucederá en destinos donde esto no es viable? como en algunas modalidades de turismo rural o de montaña, por ejemplo.

Estudios en pymes turísticas en Latinoamérica encontraron brechas para la transformación digital, que giran en torno a tres temas: uso, acceso y tiempo. Las empresas están conectadas pero solo usan de manera básica las herramientas como redes sociales y plataformas de mensajería. Las capacidades digitales limitadas resultan en desconocimiento de nuevas tecnologías, dificultad para subcontratar y supervisar servicios digitales, y un uso básico de herramientas de gestión empresarial. El acceso presenta diversos tipos de barreras, principalmente la calidad de la banda ancha en relación con su costo, la alta penetración de planes móviles prepago y el costo de los equipos y los servicios digitales como mercadeo digital o analítica de datos. Finalmente, la mayoría son microempresas donde la gran diversidad de tareas se divide entre pocas

personas, por lo que hay poco tiempo disponible para innovar. Las mujeres enfrentan un reto adicional debido a que deben incluir labores de cuidado no remunerado en sus actividades diarias. La innovación, facilitada por las herramientas digitales, tiene el potencial de brindar soluciones a los retos más persistentes que enfrentan las mipymes: gestión de la empresa, acceso a financiamiento, y profesionalización y formación continua (Peralta, 2021).

En un estudio realizado en pymes industriales argentinas, se encontraron obstáculos tales como el conocimiento de la tecnología, el nivel de sus competencias digitales internas, aspectos culturales y organizativos respecto al cambio, el volumen de transacciones. También el estudio encuentra otros como el tamaño de las inversiones necesarias en un contexto recesivo, deficiencias en la infraestructura de conectividad o algunas insuficiencias en la oferta de tecnologías 4.0, o qué bien se derivan de las propias características estructurales de las mipymes (como es el elevado grado de diversificación productiva que las caracteriza en Argentina y los niveles de sofisticación de la demanda o la propia naturaleza de la actividad productiva de la empresa) (Mota, Morero y Ascúa, 2019).

Referencias bibliográficas

Camarena J.C.C y Sánchez, S. G. (2020). Casos Turísticos Inteligentes: el destino Valencia. España. *Economía Industrial N.418*, p. 157-170.

Errichiello L. y Micera, R. (2021) A process-based perspective of smart tourism destination governance. *European Journal of Tourism Research*.

Fernandes, S. (2021). Which Way to Cope with COVID-19 Challenges? Contributions of the IoT for Smart City Projects. *Big Data and Cognitive Computing*, 5(2), 26.

Flores Ruiz, D., Perogil Burgos, J. y Miedes Ugarte, B. (2018) Smart destinations or intelligent territories? Study of cases in Spain. *Revista de Estudios Regionales*

Ghaderi Z.; Hatamifar P.; Henderson J. (2018) Destination selection by smart tourists: the case of Isfahan, Iran. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25(3), 179-188.

Gretzel, U.; Zhong, L.; Koo, C. (2016) Application of smart tourism to cities. *International Journal of Tourism*.

Jovicic, D.Z. (2017). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*.

Motta, J. Morero H. y Ascúa R. (2019) Industria 4.0 en mipymes manufactureras de la Argentina. Documentos de Proyectos (LC/TS.2019/93), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2019.

Micera, R. y Buonincontri, P. (2016) The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations. Institute for Research on Innovation and Services for Development (IRISS).

Neuhofer, B., Buhalis, D., y Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1/2).

Pencarelli, T. (2019). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*.

Peralta, L. (2021). El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las mipymes (LC/MEX/TS.2021/10), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Piñon, M. y Castillejos, B. (2019). Huatulco desde la perspectiva de los destinos inteligentes. *Turismo y Sociedad*, xxv, pp. 73-92.

Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.

Wang, X., Zhen, F., Tang, J., Shen, L., & Liu, D. (2021). Applications, experiences, and challenges of smart tourism development in China. *Journal of Urban Technology*, 1-26.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism management*, 31(2), 179-188.

**EXPERIENCIAS DE DOCENCIA, EXTENSIÓN Y
PRÁCTICA PROFESIONAL**

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico. Estrategias didácticas aplicadas a la enseñanza del Turismo.

EL USO DE LAS IMÁGENES COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA QUE APORTAN A LA ACTIVIDAD PROFESIONAL DE LOS GUÍAS DE TURISMO

Mag. Valeria Capristo - mvcap@fch.unicen.edu.ar
Carrera de Turismo - Facultad de Ciencias Humanas - UNICEN
Mag. Celina Dabidos - cdabidos@fch.unicen.edu.ar
Carrera de Turismo - Facultad de Ciencias Humanas - UNICEN

Palabras claves: Experiencia didáctica- Utilización de imágenes- Observación- Creatividad- Formación guía de turismo.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

En esta oportunidad queremos exponer una experiencia didáctica aplicada en el marco del espacio curricular Práctica Profesional II (PP II) correspondiente a las prácticas de un Guía de Turismo. Este espacio curricular se encuentra en el tercer, y último, año de la carrera de pre-grado Guía Universitario de Turismo (GUT) de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires sede Tandil y presenta, según Plan de Estudios, un régimen de cursada anual con cuatro horas semanales de presencia en aula y 120 horas de prácticas efectivas en terreno.

La mencionada propuesta se enmarca en la Unidad III del programa de PP II: Las explicaciones en el marco de una guiada. Esta unidad intenta dar materialidad a la función primordial de un guía de turismo que es la de *prestar, de manera habitual y remunerada, servicios a turistas y visitantes tales como recepcionar, acompañar, orientar, asistir, transmitir, informar, conducir, motivar, en materia turística, cultural, folklórica, histórica, geográfica y ecológica, entre otras* -para ampliar ver Picazo, C. (2008), García, L. (2011), Romo Martínez, T. (2012), Morales Carballo, M. G. (2017)-.

Dicha propuesta consiste en utilizar diversas imágenes que den cuenta de los diferentes momentos históricos por que pasa un destino. La decisión del por qué trabajar con imágenes como recurso didáctico se fundamenta en poder dar respuesta a la actual demanda en la que se espera vivenciar una experiencia y no recibir una simple transmisión de información sino la interpretación del patrimonio visitado. Es por eso que creemos indispensable, en este contexto, brindar a los estudiantes herramientas que fomenten su capacidad de observación, desarrollar y potenciar su creatividad para que puedan ir más allá de los textos para crear sus guiones de cada guiada específica.

La propuesta comienza con una situación problemática, presentada a los estudiantes, que se asemeja a la que deben vivenciar los guías de turismo en dos momentos claves de su labor profesional: cuando preparan su guión en forma escrita y durante sus guiadas orales en terreno. Por ello, para lograr despertar el interés y la participación de los estudiantes con la propuesta recurrimos, como ya se ha mencionado, a la utilización de imágenes como contenido de la enseñanza en sí mismas. Porque, por un lado, son el lenguaje cotidiano de nuestros estudiantes ya que a través de las imágenes, se informan, socializan, se comunican, descubren, entre tantas otras cosas, y porque, a su vez, bien utilizadas pueden ser un recurso potente y motivador, así como cumplir con la función expresiva que según Anijovich y Mora se da al proponer un ejercicio de desarrollo de la creatividad ya que *“al utilizar imágenes no sólo se facilita el desarrollo*

de observadores eficaces, sino también la capacidad para producir comunicaciones a través de imágenes.” (Anijovich - Mora, 2010:67).

En este mismo sentido de comunicar desde nuestro espacio curricular promovemos continuamente el ejercicio de la lectura y la escritura porque como menciona Carlino (2005) representan un desafío para los estudiantes en la Universidad, ya que distan mucho de lo experimentado en su recorrido por la escuela secundaria, distancia que aspiramos acortar mediante la práctica, el acompañamiento, la orientación y la retroalimentación en el marco de esta práctica de un guía ya que esto *“resulta más valioso si, en la mayor medida posible, dicha situación tiene relación con alguna práctica o situación laboral futura.”* (Steiman 2008:82)

Entrando específicamente en el caso, la escritura de un guión les presenta dificultades a nuestros estudiantes por la carga de actividades que tiene intrínsecas: la búsqueda de información confiable ya sea escrita u oral, la selección que tienen que hacer de la misma y, por la último, la escritura propiamente dicha que requiere una mayor profundización de varias actividades para su concreción.

A lo largo de muchos años en el espacio PP II no hemos sabido/podido abordar esta tarea adecuadamente y, por lo tanto, hemos propuesto un sinfín de actividades y la que proponemos en esta oportunidad es la que nos ha dado resultados positivos en los dos últimos años, que coinciden con la pandemia, aunque hay muchas cosas para agregar, modificar y, de esta manera, mejorarla.

Los cambios que fuimos proponiendo se deben a que, en los primeros intentos, los estudiantes no se encontraban motivados con sólo leer y resumir para escribir el guión para una guiada. Esto nos permite afirmar que las dificultades habituales que hemos podido detectar, a lo largo de los años, no radican en que los estudiantes no comprendían la tarea de escritura, sino que las dificultades las hemos tenido también como equipo docente que no hemos sido capaces de presentar ninguna herramienta alternativa para la realización de dicha tarea.

Por lo antes expresado y reflexionando siempre sobre nuestra práctica, especialmente sobre aquellas cosas que no resultaron como esperábamos, es que el objetivo de la mejora que intentamos proponer para abordar de otra manera la escritura iniciando con el análisis de imágenes está basada en el modelo de *“reelaboración de las ideas de los estudiantes”* de R. Porlan (2017:41) que promueve que los propios estudiantes vayan construyendo los conocimientos fomentando su participación activa y crítica en un tema puntual.

Principales resultados y conclusiones

Desde nuestro espacio, como equipo docente de PP II, nos planteamos y replanteamos constantemente los temas, las actividades y hasta nuestro propio rol docente en el espacio. En dichos planteos reflexionamos y analizamos diversos enfoques, perspectivas, y miradas permitiéndonos realizar las modificaciones necesarias en pos de mejorar nuestra tarea de enseñanza.

Esta propuesta que hemos desarrollado entendemos que puede ubicarse dentro de lo que Anijovich y Mora (2010) mencionan como estrategias para diseñar la enseñanza y sus fundamentos para implementarlas. En nuestro caso concreto se encuentran acompañadas por una reconstrucción que explicita el sentido de las decisiones que se toman a la hora de escribir un guión tratando de quebrar con una secuencia de contenidos progresiva y lineal que le significaba la búsqueda de la información, el análisis de la bibliografía y un simple resumen de la misma a partir de la incorporación de una imagen disparadora para la escritura del mismo.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

PROPUESTAS PARA LA ENSEÑANZA DE LA GEOGRAFÍA TURÍSTICA EN EL AULA UNIVERSITARIA. EL ESPACIO TURÍSTICO AFRICANO, UNA APROXIMACIÓN A SU ANÁLISIS A TRAVÉS DE DIFERENTES FUENTES DE INFORMACIÓN

María Paula Michalijos - mpmichalijos@yahoo.com.ar
Departamento de Geografía y Turismo (DGyT)
Universidad Nacional del Sur (UNS)

Palabras clave: Procesos de enseñanza aprendizaje - Geografía turística - Espacio turístico africano - Fuentes de información.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

El objetivo de la presente investigación es compartir experiencias de cátedra de la asignatura Geografía Turística de la Licenciatura en Turismo, de la Universidad Nacional del Sur. La misma se dicta en el segundo cuatrimestre del primer año de la carrera, tiene una matrícula que oscila entre 100 y 120 estudiantes. Entre los objetivos de la materia se destaca la necesidad de conocer la configuración físico-política de las regiones turísticas a escala mundial, sus características, principales problemáticas, el uso turístico de su territorio y los principales destinos. El interés por trabajar específicamente el espacio turístico africano se justifica por la necesidad de comprender la capacidad de transformación socio espacial del turismo, que en esta región cobra una especial importancia al representar una oportunidad para diversificar la economía, dado que la mayoría de los países dependen de las exportaciones de recursos naturales, además, esta actividad permite el ingreso de divisas extranjeras, necesario para equiparar la balanza comercial.

La materia tiene una perspectiva geográfica dado que la actividad turística tiene lugar en el espacio geográfico (objeto de estudio de la Geografía) y se apoya en la existencia de recursos con capacidad de atracción, es decir, que el territorio es la base de la oferta turística. Además, el desarrollo de esta actividad se basa en el disfrute o la realización de actividades basadas principalmente en recursos geográficos (naturales o culturales) y en los factores técnicos que permiten su consumo (equipamiento e infraestructura). La dimensión geográfica muchas veces es esencial en la atracción de un lugar, las condiciones naturales, el patrimonio cultural e histórico juegan un papel fundamental en la valorización de un lugar. Además, la Geografía aporta, para el análisis del turismo, la comprensión de la relación sociedad naturaleza, ofreciendo una mirada holística donde el territorio no es un mero soporte de los procesos sociales ni de los recursos turísticos

En este sentido, el abordaje del espacio turístico africano implica, por un lado, comprender la configuración del medio físico, que impone restricciones a la ocupación del espacio y determina el tipo de actividad económica dominante, y por otro, las realidades socioeconómicas, que ayudan a entender porque África es el continente menos desarrollado. Este análisis previo es necesario para comprender la inserción marginal de este espacio en el turismo internacional.

Para ello, se propone estudiar la región a partir de estrategias de enseñanza que integren diferentes recursos didácticos. Se utiliza como base la clasificación de fuentes literarias y documentales de los autores Moreno Jiménez y Marrón Gaité y se propone una modificación adaptada a las necesidades de la región estudiada. Las fuentes pueden

clasificarse en escritas, no escritas y digitales, dentro de las primeras se encuentran, por un lado, las de carácter científico y por otro, las no científicas, es decir, las fuentes literarias y documentales.

Dentro de las fuentes de carácter científico, además de los textos tradicionales, que aportan saberes científicos, se encuentran las estadísticas de los organismos internacionales, es el caso del Barómetro de la Organización Mundial del Turismo. La información disponible es de gran utilidad para conocer la dimensión económica del fenómeno turístico, las tendencias a futuro para poder prever una planificación y gestión adecuada, y monitorear la evolución del turismo. Su utilización en el aula promueve la exploración de los datos presentados buscando significados latentes, e incentivando de esta manera la reflexión en el estudiante logrando un mayor entendimiento del tema.

Otra fuente de información es la cartografía, las fotos aéreas y las imágenes satelitales, sirven no solo para conocer la localización absoluta y relativa de los fenómenos estudiados, sino también para establecer relaciones entre las distribuciones geográficas. Un ejemplo de ello es la utilización de mapas turísticos (que muestran información acerca de los diferentes recursos turísticos) y de mapas de relieve e imágenes satelitales a través de los cuales se pueden relacionar las diferentes variables para explicar los factores de localización de la actividad turística.

Los textos de carácter no científico se utilizan con el fin de captar el interés del estudiante para luego abordar una explicación clásica del fenómeno o concepto bajo análisis como pueden ser las guías de viaje o las noticias de prensa que, además de ser una documentación abundante, es contemporánea a la generación de la noticia. También se pueden mencionar las imágenes que proveen diversidad de alternativas y representan la puerta de entrada al conocimiento al estimular la imaginación del observador y producir una vinculación entre lo observado y los aspectos de su mundo interno. Su uso crítico y estratégico en la enseñanza permiten utilizarlas como un recurso de apoyo o como contenido de la enseñanza en sí misma. En África, la diversidad de ambientes está marcada, no por la temperatura, sino por el gradiente de precipitaciones, que determina el desarrollo de selvas, sabanas y desiertos, cada uno de ellos está asociado a una tipología de turismo. La utilización de imágenes para contrastar y ejemplificar esta sucesión de ambientes permite mostrar visualmente a las y los estudiantes la riqueza de los paisajes de la región.

Con respecto a las fuentes digitales, éstas están representadas por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) que han desarrollado instrumentos para pensar, aprender, conocer, representar y transmitir conocimientos, y en los últimos años dieron lugar a otros espacios de comunicación virtual, en línea o en red, que configuran nuevos escenarios idóneos para la formación y el aprendizaje transformando los escenarios educativos tradicionales. Dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, los medios audiovisuales permiten informar, motivar, reforzar, relajar, completar, crear lenguaje, instruir, concretar conceptos, entre otros. En este sentido, los youtubers viajeros representan una fuente inagotable de información audiovisual, y cumplen una importante función como recurso didáctico al ayudar a la formación de imágenes mentales principalmente de lugares a los cuales no se tiene la posibilidad de visitar, facilitan el contacto con el mundo que nos rodea y aproxima lugares legajos como es el caso del continente africano.

En esta tipología también se encuentran las páginas web, en el caso particular de la enseñanza del espacio africano se recurren a las páginas web oficiales de turismo, de parques y reservas naturales, que representan una fuente primaria de información, además, aportan gran cantidad y variedad de información actualizada.

Para finalizar, es importante destacar que, el análisis propuesto basado en el manejo de diversas fuentes en el proceso de enseñanza aprendizaje permite validar la información y ampliar las dimensiones del análisis del espacio turístico africano. La finalidad es incentivar en las y los estudiantes el desarrollo del espíritu crítico y promover el planteamiento y la discusión de los problemas actuales derivados de la implantación del turismo en la región. Además de permitirles interpretar posibles claves de la desigual inserción de la región en el turismo internacional.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

EXPERIENCIA INICIAL DE TRANSVERSALIZACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN UNA ASIGNATURA DE LA CARRERA DE TECNICATURA Y LIC. EN TURISMO

Lic. Ana Wasserman - wassermanana@gmail.com

Lic. (Mg.) Nadia G. Roldán - nadiaroldan7@hotmail.com

Lic. Esteban Zaballa - estebanaz5@gmail.com

Lic. Valeria Faginas - valefaginas@gmail.com

Lic. Amancay Romero Trucco - a.romerotrucco@gmail.com

*Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP)*

Palabras clave: Transversalización - Género - Turismo - Universidad - Educación.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

Las universidades públicas en Argentina, además de constituir espacios de conocimiento y producción de saberes, impulsan la movilidad y el ascenso social (Martín 2021), desempeñando un rol histórico en los procesos de transformación cultural. El aporte de las instituciones universitarias no se restringe a sus integrantes, sino que adquiere una función socializadora con un efecto multiplicador cuyas repercusiones alcanzan a los diferentes ámbitos de la sociedad (Buquet Corleto, 2011). Resulta fundamental, entonces, la contribución de las universidades en la construcción de sociedades más igualitarias, justas e inclusivas. Por consiguiente, es primordial la incorporación de la perspectiva de género en los espacios universitarios en pos de deconstruir la estructura desigual y patriarcal para dar lugar a una comunidad universitaria que asuma el compromiso de eliminar las desigualdades, no solo en la comunidad académica, sino en la sociedad en su conjunto.

Según Torricella y Arens (2022,p.21), *“la perspectiva de género y diversidad es una clave de interpretación de la realidad, cuyo objetivo central descansa en desnaturalizar y visibilizar los mecanismos y condicionamientos socioculturales que establecen y reproducen desigualdades de poder entre los géneros. El fin último es que a través de esa visibilización, logremos identificar qué debemos transformar en nuestras prácticas para promover el ejercicio pleno de los derechos de las personas en condiciones de igualdad, impulsando el desarrollo de sociedades más equitativas.”* Por lo tanto, se entiende por sistema patriarcal a aquel sistema de dominación masculina en el que los hombres *“aparecen como agentes activos de la opresión sufrida por las mujeres”* dando lugar a una política sexual ejercida fundamentalmente por el colectivo de varones sobre el colectivo de mujeres, asignando el ámbito público a los hombres y el privado a las mujeres (Puleo, 1995).

En ese sentido, en los últimos años, las universidades nacionales han incorporado el enfoque de género en sus agendas políticas, creándose en el año 2015 la Red Interuniversitaria por la Igualdad de Género y contra las Violencias (RUGE)¹, red oficial del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), y siguiendo este camino, la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP) cuenta desde el año 2017 con el Programa Integral

¹ Red Interuniversitaria por la Igualdad de Género y contra las Violencias (RUGE-CIN). Disponible en <http://ruge.cin.edu.ar>

de Políticas de Género (PIPG)², dependiente de la Secretaría de Asuntos Laborales Universitarios. En este marco, la UNMDP impulsa la Transversalización Curricular de la Perspectiva de Género en todos sus ámbitos académicos a través de las OCS 1700/21 y Anexo OCS 1796/21 que promueven la creación y/o actualización de planes de estudio de las carreras de pregrado, grado y posgrado existentes como así también las nuevas carreras, ya sea como contenido específico, asignatura o la estrategia pedagógica que se adapte a los objetivos de cada una de las carreras.

En la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, con un Programa de Políticas de Género de creación reciente³ (año 2021), surge en el 1° cuatrimestre de 2022, por iniciativa de los docentes de la práctica, la propuesta de transversalizar⁴ la perspectiva de género en una asignatura de 1° año de las carreras de Lic. en turismo y Tecnicatura en turismo.

La propuesta consistió en la reflexión y debate de una selección de temas de género en el marco de los trabajos prácticos, a partir del programa académico de la asignatura. Se trabajó en el diseño de una consigna específica o una pauta disparadora que acompañara la resolución del trabajo práctico propuesto.

La experiencia consistió en visibilizar ciertas situaciones de desigualdad, de discriminación y de violencias, a la vez que sensibilizar al respecto a los estudiantes a través de las instancias de diálogo que se generaron. Los temas abordados hasta el momento giraron en torno a desigualdades de género en el mercado turístico -trabajo informal, brecha salarial, criterios de selección de la fuerza de trabajo, techo de cristal-, corresponsabilidad en las tareas de cuidado, estereotipos de belleza e identidad de género.

En función de la escasa y, en ocasiones nula, capacitación de los docentes a cargo de las clases prácticas, se les ofreció material bibliográfico y/o audiovisual seleccionado a fin de comprender el tema, apropiarse del mismo y poder abordarlo en clase junto a los estudiantes. Estas producciones provinieron de instituciones estatales nacionales tales como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) o el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, como así también resultados de investigaciones comunicadas a través de informes generados por instituciones como Alba Sud editorial.

A partir del contexto presentado y el estado de situación descrito, es de destacar que se trata de una primera experiencia con todo lo que ello implica. Y si bien aún se encuentra en la fase de implementación, es posible por un lado, dar cuenta de las apreciaciones que los docentes manifiestan ante su puesta en marcha, las cuáles pretenden ser profundizadas a partir de una instancia posterior de evaluación y revisión tanto de las propias prácticas

² Programa Integral de Políticas de Género de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en <http://www2.mdp.edu.ar/index.php/bienestar/programa-integral-de-politicas-de-genero#:~:text=Algunos%20de%20los%20ejes%20de,%2DDemocratizaci%C3%B3n%20de%20los%20cuidados>

³ Programa de Políticas de Género de la FCEyS. Disponible en <http://digesto.mdp.edu.ar/archivos/47437.pdf>

⁴ De acuerdo con Buquet Corleto (2011), la transversalización de la perspectiva de género comprende una aproximación emocional y un acercamiento a la problemática que permita reconocerla para luego transformarla.

como de la forma en la que se llevaron adelante las consignas; y por el otro, recabar las apreciaciones de los estudiantes una vez finalizado el cursado de la materia.

No obstante ello, el equipo que lo ha implementado considera que este tipo de iniciativas podrían ser un aporte inspirador para que docentes de otras asignaturas comiencen también a transversalizar la perspectiva de género. Asimismo, se reconoce la necesidad de continuar con una formación permanente por parte de los docentes a cargo de la puesta en práctica de esta propuesta tanto en la cátedra como así también de la revisión constante de las formas y abordajes que se pretenden continuar realizando al momento de desarrollar trabajos prácticos de características similares en posteriores ciclos lectivos de la asignatura.

Compartir esta experiencia propone estimular a los docentes a conocer sobre la perspectiva de género, los objetivos de su transversalización curricular y capacitarse para lograr una adecuada transversalización de este enfoque. De esta manera, se espera contribuir a la construcción de una mirada más inclusiva e igualitaria en la vida universitaria y en la formación de futuros profesionales.

Referencias bibliográficas

Buquet Corleto, Ana Gabriela (2011). *Transversalización de la perspectiva de género en la educación superior*. Perfiles Educativos. Vol. XXXIII, número especial, 2011. IISUE-UNAM. Universidad Nacional Autónoma de México.

Martín, Ana Laura (comp.) (2021). *RUGE. El género en las universidades*. Libro Digital, PDF. 1a ed. Red Interuniversitaria por la Igualdad de Género y contra las Violencias (RUGE-CIN). Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Ordenanza de Consejo Superior (OCS) n° 1700/21. *Proyecto de Transversalización Curricular de la Perspectiva de Género en la Universidad de Mar del Plata*. Universidad Nacional de Mar del Plata. Y Anexo Ordenanza de Consejo Superior (OCS) n° 1796/21. Universidad Nacional de Mar del Plata.

Puleo, Alicia (1995). Patriarcado. En Celia Amorós (dir.). *Diez palabras claves sobre la mujer*. Verbo Divino. Madrid, España.

Toricella, Andrea y Arens, Juliana Inés (2022). *Módulo 1 de la Capacitación en el marco de la Ley Micaela para docentes*. Programa Integral de Políticas de Género. Sec. de Bienestar de la Comunidad Universitaria. Universidad Nacional de Mar del Plata.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico. Epistemología del turismo

A DESCOLONIZAR EPISTEMOLOGÍAS DEL TURISMO

Lic. Mabel Silva- msilva@untdf.edu.ar

Lic. Paulo Lezcano

*Universidad Nacional de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur
Instituto de Desarrollo Económico e Innovación*

Palabras claves: Turismo - Epistemologías - Educación - Descolonización.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

El campo de conocimiento del Turismo exige mayores diálogos entre diferentes saberes, teorías del conocimiento de distintas disciplinas, las propias de las ciencias sociales, actualización sobre el objeto de estudio observado desde el uso del tiempo libre, sus históricos debates entre sociedad y economía y su interdisciplinariedad como dominio de saber.

Esta experiencia desde la práctica docente se inscribe en la necesidad de abrir la pluralidad del método científico y su impacto en el campo de la ciencia y la tecnología en las transformaciones que están sucediendo.

Para algunos autores el término “descolonizar” convoca a la revisión de la producción de conocimientos. Desde, su origen las investigaciones científicas son prácticas sociales situadas, ubicadas en realidades propias de países denominados desarrollados o análisis de realidades bajo esas miradas hegemónicas.

La descolonización de nuestros propios conocimientos para autores de la epistemología del Sur como Boaventura de Souza Santos, quien afirma que las teorías, conceptos, categorías de análisis y particularmente desde las ciencias sociales fueron elaborados y desarrollados entre el S.XIX y mediados del S.XX, en cuatro o cinco países remitiéndose a Inglaterra, Estados Unidos, Francia, Alemania, Italia (de Souza Santos B., 2007).

Aquellas sociedades denominadas desarrolladas generaron condiciones de posibilidades y legitimaciones, generando dominios de saber sobre sus propias realidades, construyendo así modelos científicos a reproducir.

Se hipotetiza junto a esta tesis, que ello impacta en el campo de conocimientos construidos sobre el Turismo, como fenómeno propio de la cultura moderna que se inscribe en las ciencias sociales y aún mantiene desde las estructuras curriculares contenidos de enseñanzas y aprendizajes con visiones positivistas.

La metodología utilizada desde una hermenéutica de los programas de formación, de casos seleccionados, bajo categorías de análisis que exploran tres ejes: las epistemologías tradicionales, las heredadas y las ampliadas (Díaz E., 2007), facilitan esta revisión ¿Se presentan nuevos ejes de análisis?

Esta posibilidad genera condiciones favorables para abrir los debates hacia nuevas conceptualizaciones del Turismo como campo de conocimiento, revisar las nociones institucionalizadas y plantear desafíos y tendencias. Aún permanecen nociones sobre desplazamientos, por sobre el uso del tiempo libre como derecho humano universal que motorizó a este fenómeno, desafiando nociones restringidas desde los viajes, las

demandas o los efectos sobre las economías locales, que quedan detenidas ante situaciones extremas como guerras o pandemias.

Esta preocupación tiene antecedentes en las discusiones sobre enseñar y aprender a investigar en turismo tal como se plantea en varias estructuras curriculares desde la formación de los licenciados en turismo. Estos estudios observaron que se cristaliza al método científico desde las prácticas docentes, remarca a la metodología como prescriptiva (Silva M., 2014) e inscribe a las investigaciones en regionalismos coincidente con el pensamiento de varios autores (Gómez Nieves S., 2012).

Estas agendas temáticas sobre el turismo, problematizan, vinculando más aún, las técnicas de investigación utilizadas y se profundiza esta debilidad en la búsqueda del dato sin comprender el aporte teórico que compone su construcción desde distintas concepciones del conocimiento.

Las investigaciones en turismo presentan escasas declaraciones de posiciones epistemológicas, influyendo en la práctica social compleja que ellas significan. Asimismo en los propios recorridos formativos se acercan contenidos disciplinarios desde ignoradas posiciones epistémicas. Algunos autores al revisar la literatura responsabilizan a la ausencia de teorías o a la débil formación científica recibida, buscando sólo a un responsable en esta pluridiversidad.

Desde epistemologías ampliadas (Díaz E., 2017) se requiere revisar las historias internas y externas en las construcciones de dominios de saber. Por ello es que se revisaron contenidos de cada disciplina que conforman estructuras curriculares observando ausencias y presencias.

La contribución de Andrés Mombrú sobre las epistemologías invita a abrir hacia el plural esas revisiones rompiendo con los monismos metodológicos. (Mombrú A., 2017)

Esta línea de pensamiento ofrece una oportunidad para revisar ciertas posturas coloniales que reproducen nociones únicas en esta pluridiversidad.

Las investigaciones en las prácticas educativas en enclaves de lo complejo posibilitan la apertura hacia develar lo que se oculta y desoculta, en un continuo y permanente pensar/vivir/ sentir en un conocer/reconocer/desconocer nuestras propias concepciones implícitas (García Ceretto J., 2020).

El recupero de estas nociones intelectuales generan condiciones de posibilidades para abrir el debate sobre la necesidad de marcar la complejidad del objeto de conocimiento que significa el turismo en el campo de la cultura desde las ciencias sociales, revisar los métodos y las técnicas utilizadas.

Esta experiencia en la revisión de contenidos mínimos propios de las estructuras curriculares de la formación de los licenciados en turismo, programas educativos y observación de cátedras posibilitan sostener diálogos abiertos, en revisión de escenarios reales, frente a los posibles.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

CÁTEDRA ABIERTA PROBLEMÁTICA CONTEMPORÁNEA DEL TURISMO

Maciel, Aldo Daniel - aldomaciel4@gmail.com

Dieckow, Liliana María - lilianadie@gmail.com

Groh, Marcelo Daniel - marcegroh@gmail.com

*Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Misiones (FHyCS, UNaM)*

Palabras clave: Turismo - Cátedra abierta - Redes académicas - Universidades Nacionales.

Breve descripción

La Cátedra Abierta “Problemática Contemporánea del Turismo” que presentamos como experiencia en docencia, surge en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (Posadas, Argentina). Resulta de la incertidumbre que generó la pandemia y de la certeza que era necesario crear redes entre docentes de carreras de turismo de universidades nacionales, para abordar de manera colectiva los desafíos sectoriales que imponía el COVID 19. Asistíamos a un hecho que reconfiguraba “la normalidad” y amenazaba con imponer una nueva. Cada destino estaba afectado y era preciso pensar el reinicio de la actividad, este propósito podría ser abordado de manera eficaz apelando a la inteligencia colectiva.

Una cátedra abierta es:

“Una modalidad de docencia universitaria destinada al tratamiento crítico de temas socialmente pertinentes y significativos. Esta modalidad adopta una organización similar a las cátedras de la Facultad, pudiendo incluir en el equipo docente a personas que no pertenecen a la Unidad Académica...pero poseen la suficiente idoneidad y conocimiento de la temática a desarrollar”.
(Reglamento Cátedra abierta FHyCS. UNaM).

El formato permite institucionalizar el proyecto, ofrece flexibilidad para incorporar docentes y hacer federal a la propuesta. En este caso, el objetivo expresado en el diseño es: Constituir la Cátedra Abierta “Problemática Contemporánea del Turismo” como un espacio dinámico y complementario a los espacios curriculares de las carreras de turismo para la reflexión, estudio, debate, análisis, intercambio cooperativo de producción de conocimiento y transferencia de ideas entre las cátedras de carreras de Licenciatura en Turismo y la comunidad.

El desafío inicial fue presentar la propuesta a los colegas e invitarlos a participar del proyecto. Se decidió realizar una “mateada virtual” en agosto de 2020, donde las invitaciones surgieron a partir de los vínculos de los cuatro docentes que iniciamos el proyecto y asistieron al mencionado encuentro veinte colegas de diez universidades nacionales.

El proyecto se presentó a la Secretaría Académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales (UNaM) y se aprobó el 09 de noviembre de 2020, por Resolución del HCD 181/2020, tiene tres años de duración con una carga horaria de 60 horas anuales. Comenzó a dictarse en el segundo cuatrimestre del 2021 y culmina en 2023.

Los contenidos del programa se diseñaron en torno a tres ejes: 1-Gestión de destinos turísticos, con énfasis en los objetivos de desarrollo sostenible 2030 (ODS). 2- Tecnología e innovación aplicada a los destinos, con énfasis en elementos del patrimonio. 3- El

campo profesional del turismo: tendencias y escenarios, con énfasis en emprendedurismo y gestión de empresas.

Para formalizar la participación docente se informó a los secretarios académicos y directores de carreras de Turismo de las distintas Universidades nacionales: el Departamento de Ambiente y Turismo de la Universidad Nacional de Avellaneda, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales Universidad Nacional de Entre Ríos, la Facultad de Filosofía Humanidades y Artes, Universidad Nacional de San Juan, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura Universidad Nacional del Nordeste, la Facultad de Turismo y Urbanismo de la Universidad Nacional de San Luis, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy, Expansión Humahuaca y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones.

Aspectos relevantes

Consideramos relevante la estrategia que busca formalizar vínculos, crear redes entre docentes e investigadores de distintas universidades para el abordaje de la problemática contemporánea del turismo y se apela a la inteligencia colectiva para federalizar y enriquecer la perspectiva disciplinar.

En cuanto a las actividades desarrolladas, se destaca la solicitud presentada a la Secretaría de Extensión y Vinculación tecnológica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones, para elaborar un documento tipo Dossier en el marco de la conmemoración por el “día del turismo” del año 2021.

Una vez aprobada la idea por los editores, se realizó la convocatoria a los docentes participantes de la Cátedra Abierta. Como resultado, se publicaron 11 artículos producidos por docentes de carreras de Turismo de las Universidades Nacionales de San Juan, Jujuy - expansión Humahuaca, de Avellaneda, de Rosario, de la Universidad Patagonia San Juan Bosco - sede Trelew, de la Universidad de Entre Ríos y de la Universidad Nacional de Misiones.

El Dossier se publicó con el título de “Experiencias de turismo en tiempos del Covid -19 en la Argentina”. Revista Tekohá. Vol. 1. N° 10. Secretaría de Extensión y Vinculación Tecnológica de la FHyCS - UNaM. (Disponible en: [https://edicionesfhycs.fhycs.unam.edu.ar/index.php/tekoha/issue/view/30/showToc.](https://edicionesfhycs.fhycs.unam.edu.ar/index.php/tekoha/issue/view/30/showToc))

En cuanto al dictado de la cátedra abierta, la primera cohorte que se desarrolló durante el segundo cuatrimestre del año 2021 se hizo en formato virtual, y en función de ello, valoramos de manera positiva la participación de más de 60 expositores de diferentes universidades del país y exterior, la asistencia de alumnos de distintos lugares del país, graduados, emprendedores representantes del sector público y de ONGs vinculados al sector.

Beneficiarios

En principio, consideráramos beneficiarios a los docentes que participamos de la experiencia por la contribución a la formación de la red, otros beneficiarios son los estudiantes y los agentes sectoriales que tienen la posibilidad de construir vínculos.

Principales resultados y conclusiones

El rasgo de la época actual está marcado por la tecnología, las redes, las conexiones, de manera que quedar fuera de ellas supone una debilidad, integrarse a ellas una fortaleza y promoverlas una oportunidad que desde la cátedra abierta problemática contemporánea del turismo estamos empeñados en desarrollar.

La cátedra aspira a generar esas redes, tiene la voluntad de cooperar aprovechar la sinergia que supone la inteligencia colectiva aplicada a interpretar la problemática contemporánea del turismo. Las conclusiones que se expresan son preliminares dado que la Cátedra Abierta está en desarrollo, pero la voluntad que manifestamos forma parte del objetivo que nos impulsa a desarrollarla.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico. Turismo y formación profesional.

UN APOORTE A LA TRANSVERSALIZACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LAS CARRERAS DE TURISMO DE LAS UNIVERSIDADES NACIONALES

Lic. Mariela Blanco - veronicamarielablanca@gmail.com
*Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (UNPSJB),
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.*
Lic. Ana Wasserman - wassermanana@gmail.com
*Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP),
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.*

Palabras clave: Género - Turismo - Universidad - Educación

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

Este trabajo se enmarca en un contexto sociocultural cuya construcción está basada en un sistema patriarcal¹ en el cual la heterosexualidad² presupone la existencia del binarismo de género, y reconoce exclusivamente dos categorías de personas con roles estereotipados. Según Huberman y Tufro (2012), en un sentido amplio, género es “*aquello que significa ser hombre o ser mujer en una cultura y un momento histórico determinado, y cómo este hecho define oportunidades, roles, responsabilidades, formas de sentir y modos de relacionarse con una persona del mismo sexo o del opuesto*”. Sin embargo, de acuerdo con el Observatorio de Comunicación, Género y Diversidad con perspectiva en DDHH de la UNLP (s.f.) esa concepción debe ampliarse a los usos, costumbres y comportamientos que puedan corresponderse con cualquier otro tipo de construcción social no normativa.

Si bien, con el paso del tiempo, las mujeres han ganado ciertas oportunidades y lugar en la vida pública (Huberman y Tufro, 2012), esta estructura social patriarcal históricamente ha vulnerado sus derechos y oportunidades (Puleo, 1995). Entre las principales consecuencias de esta construcción cultural se encuentran situaciones de desigualdad de género y violencias³, evidentes tanto hacia mujeres como a otras identidades de género⁴ y hacia las personas con orientaciones sexuales no hetero,

¹ Se entiende por sistema patriarcal a aquel sistema de dominación masculina en el que los hombres “*aparecen como agentes activos de la opresión sufrida por las mujeres*” dando lugar a una política sexual ejercida fundamentalmente por el colectivo de varones sobre el colectivo de mujeres, asignando el ámbito público a los hombres y el privado a las mujeres (Puleo, 1995).

² Se entiende por heterosexualidad a la “*afinidad psicoafectiva sexual con personas del sexo opuesto, en una relación mujer-hombre*” (INMUJERES, 2007).

³ Violencia contra las mujeres es: “*Se entiende por violencia contra las mujeres toda conducta, acción u omisión que, de manera directa o indirecta, tanto en el ámbito público como en el privado, basada en una relación desigual de poder, afecte su vida, libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, como así también su seguridad personal. Quedan comprendidas las perpetradas desde el Estado o por sus agentes. Se considera violencia indirecta, a los efectos de la presente ley, toda conducta, acción omisión, disposición, criterio o práctica discriminatoria que ponga a la mujer en desventaja con respecto al varón*”. (Art. 4 de la ley 26.485 de Protección Integral para las Mujeres.) Este concepto debe aplicarse a todas las identidades de género y orientaciones sexuales diferentes de los hombres heterosexuales.

⁴ Según el Observatorio de Comunicación, Género y Diversidad con perspectiva en DDHH (s.f.) otras identidades de género son lesbianas, gays, bisexuales, intersexuales, travestis y transexuales.

provocando situaciones de discriminación⁵ y brechas⁶ de todo tipo. Según INMUJERES (2007) la desigualdad de género implica la asimetría social entre hombres y mujeres, provocando que ellas sean discriminadas, teniendo limitaciones en el acceso a la riqueza, a los puestos de toma de decisiones y a remuneraciones en igualdad que los varones.

Por otra parte, el turismo es uno de los principales sectores empleadores del mundo. Según la OIT (2018)⁷, uno de cada diez empleos se asocia con la actividad turística. Y uno de cada cinco empleos creados durante la última década fue generado por este sector (WTTC, 2019)⁸. Se estima que entre el 55% y el 65% de los empleos asociados a la actividad turística están ocupados por mujeres (OIT, 2018). A pesar de ello, la mayoría de los puestos de decisión y cargos directivos siguen siendo ocupados por varones. Además, existen estudios sobre la brecha salarial en el sector, con alta segregación ocupacional -horizontal y vertical- en los puestos menos remunerados o especializados.

Como cita Carmody, Carina et al. (s/f), para Kinnaird y Hall (1996) *“es preciso estudiar el turismo desde el enfoque de género porque el género en sí implica una estructura simbólica y normativa patriarcal, y la construcción política, económica y social que surge del turismo no es ajena al patriarcado”*. Esta estructura de poder se manifiesta, siguiendo el análisis de Swain (1995), a través de las motivaciones, deseos, tradiciones y percepciones que resultan del encuentro entre quienes viajan y las comunidades locales.

De esta manera, los roles y estereotipos de género impuestos por el patriarcado han sido transmitidos y reproducidos por las instituciones sociales en ámbitos como la familia, la educación, las empresas, los medios de comunicación, etc. (Huberman y Turfó, 2012). En este sentido, siguiendo a Martín (2021), el rol histórico de las universidades en los procesos de transformación cultural pone de manifiesto la importancia de dar las discusiones necesarias y ocupar los espacios universitarios para deconstruir la estructura desigual. Por consiguiente, es primordial trabajar en las políticas públicas en materia de género, igualdad y diversidad que contribuyan a la formación de una comunidad universitaria que asuma el compromiso de desterrar las desigualdades, tanto en la comunidad académica, como en la sociedad en su conjunto.

Por ende, esta propuesta presenta antecedentes de la incorporación de la perspectiva de género en las universidades argentinas, tales como la creación de la Red Interuniversitaria por la Igualdad de Género y contra las Violencias (RUGE), programas de políticas de género, protocolos contra la violencia de género, capacitaciones en la Ley Micaela, proyectos de lenguaje igualitario, instancias extracurriculares (cátedras libres, abiertas) y diplomaturas en género. Sin embargo, se resalta el “silencio conceptual” planteado por Rodigou Nocetti et al (2011) al referirse a la transversalización de la perspectiva de género en las currículas como una situación excepcional, que ocurre muchas veces por exclusiva convicción del personal docente, dado que la normativa específica es inexistente o muy reciente.

De este modo, se identifica como problema en las carreras de turismo de las universidades a las que corresponde este trabajo la “ausencia de espacios institucionales

⁵ Se entiende por discriminación *“toda distinción, exclusión, restricción, preferencia, acción u omisión, que arbitrariamente tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos fundamentales reconocidos por la Constitución Nacional, por los tratados internacionales y por las leyes”* (Dohm et al., 2015).

⁶ Se entiende por brecha a la medida estadística que muestra la diferencia o distancia entre hombres y mujeres respecto de un mismo indicador, como por ejemplo participación económica y balance entre el trabajo doméstico y el remunerado. (INMUJERES, 2007).

⁷ Organización Internacional del Trabajo de Naciones Unidas

⁸ World Travel & Tourism Council

destinados a la sensibilización y formación de docentes y estudiantes de turismo en perspectiva de género”. Tomando en consideración diversas consecuencias producto de tal situación, la propuesta intenta incrementar las instancias de sensibilización y formación en la órbita de las facultades respectivas atendiendo a las particularidades del campo profesional.

Por lo tanto, el objetivo principal consiste en “generar espacios institucionales de sensibilización y formación en perspectiva de género destinados a docentes y estudiantes de turismo”. Como plantea Pino (2014), primero se habrá despertado la sensibilidad, se habrá reconocido la desigualdad, y habrá surgido la necesidad de transformación social para adentrarse en las teorías, conceptos y saberes sobre género que permitan la transversalización curricular. En este sentido, este proyecto propone el diseño y desarrollo de talleres sobre “Perspectiva de género y turismo”, destinados a docentes y a estudiantes de las carreras de turismo de las universidades involucradas⁹.

Se considera que la modalidad taller es la más adecuada para llevar adelante esta propuesta pues constituye, según Pedroso y Rodríguez (2015), una eficiente modalidad de enseñanza y de aprendizaje en la capacitación de adultos que comprende instancias de reflexión, interacción y construcción de conocimientos.

El proyecto plantea metas ambiciosas de hasta un 80% en cuanto a la proporción de participantes que logren acreditar los talleres en plazos que van de dos a cinco años, según se trate de docentes o estudiantes, considerando las diferencias entre ambos públicos objetivos y las universidades objeto de análisis. Para cada caso, se proyectan los requerimientos respecto de recursos humanos y equipamiento, así como el presupuesto necesario.

En cuanto al alcance, a fin de propiciar la participación y el intercambio entre la totalidad de las personas asistentes, se proponen talleres de hasta 15 participantes. Cada taller constará de un total de 12 horas, distribuidas en seis encuentros semanales de dos horas de duración cada uno, indicándose un cronograma que permita lograr las metas establecidas para cada unidad académica.

El programa curricular para los talleres de perspectiva de género y turismo enuncia los objetivos y propone el desarrollo de contenidos organizados en seis módulos (uno por semana) abordando los siguientes temas: Conceptos, desigualdades, violencias, normativa, género y turismo, y acciones. Si bien la selección del material de estudio se encontrará a cargo de la persona docente responsable del dictado del taller, a modo de orientación se presenta un anexo con material sugerido. Como procesos de intervención pedagógica se indica una combinación de modalidades: clases teórico-prácticas, estudios de casos, sesiones de discusión, y el uso de videos y del campus virtual. Para la acreditación de los talleres se propone la realización de un trabajo final que evidencie la reflexión de los temas e incluya el enunciado de posibles acciones.

La difusión de estos espacios formativos está prevista mediante las Redes Sociales de las Facultades involucradas: Facebook e Instagram, así como también a través de las Áreas Pedagógicas o Académicas respectivas, de la Dirección de Asuntos Estudiantiles y/o Departamento de Alumnos según corresponda.

⁹ En virtud de que el ámbito del proyecto se circunscribe a las carreras de turismo, en principio la planta no docente no formaría parte de los destinatarios puesto que pertenecen al ámbito de las Facultades. Sin embargo, se considera que la propuesta podría ser replicada (con las adaptaciones pertinentes) para atender también esta parte de la comunidad universitaria.

Finalmente, se deja planteado el seguimiento y monitoreo a llevar a cabo durante la ejecución de cada taller, así como la evaluación de resultados y efectos y su progreso a través de una selección de indicadores. La implementación del control y evaluación de resultados de estos espacios de sensibilización y formativos se propone en el marco de las áreas de género correspondientes, según determine cada institución universitaria.

Referencias bibliográficas

Carmody, Carina et al. (s/f). Apuntes sobre el enfoque de género en la UNER: entre lo construido y lo pendiente para su consolidación en Rojo, Patricia y Jordan, Violeta (Comps). *Los enfoques de género en las universidades*. Universidad Nacional de Rosario.

Dohm, Gisela et al. (2015). *Grupo de Organismos del Estado Nacional para la Protección y Promoción de Derechos de la Población LGTBI. Argentina Inclusiva. Guía de términos y conceptos sobre diversidad sexual desde la perspectiva de derechos*. Dirección de Prensa y Comunicaciones. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Rep. Argentina.

Huberman, Hugo y Tufro, Lucila (adapt) (2012). *Masculinidades plurales: reflexionar en clave de géneros*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) 1a ed. Trama, Buenos Aires, Argentina.

Instituto Nacional de las Mujeres (2007). *Glosario de género*. México DF, México.

Martín, Ana Laura (comp.) (2021). *RUGE. El género en las universidades*. Libro Digital, PDF. 1a ed. Red Interuniversitaria por la Igualdad de Género y contra las Violencias (RUGE-CIN). Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Observatorio de Comunicación, Género y Diversidad con perspectiva en DDHH (s.f.). *Guía comunicar en diversidad*. Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

OIT Organización Internacional del Trabajo (2018). *Perspectivas internacionales sobre las mujeres empleadas en la hostelería, la restauración y el turismo*. Ginebra.

Pedroso, Óscar y Rodríguez, Estela (comp) (2015). *Características pedagógicas del taller*. Sec. de Asuntos Pedagógicos. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMdP.

Puleo, Alicia (1995). Patriarcado. En Celia Amorós (dir.). *Diez palabras claves sobre la mujer*. Verbo Divino. Madrid, España.

Rodrigou Nocetti, M. et. al. (2011). *Trabajar en la Universidad: (Des) igualdades de género por transformar*. Córdoba: Editorial Universidad Nacional de Córdoba en Atardo, Clara et al. (2020). *Apuntes sobre género en currículas e investigación. Cuadernos feministas para la transversalización*. UNR Editora. Rosario.

Virgilí Pino, Dalia (2014). Reflexiones teórico-metodológicas sobre sensibilización y capacitación en género. Apuntes para una propuesta para su implementación en contextos grupales. *La ventana N° 40*.

WTTC World Travel & Tourism Council (2019). *Driving Women's Success*. London.

Eje temático 6: Turismo y Transformación Digital

HUELLAS PATRIMONIALES: UN VIAJE HACIA LA INCLUSIÓN A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA

Ana Clara Rucci - anaclara.rucci@econo.unlp.edu.ar

*Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Nacional de La Plata*

Luciana Renzella - luciana.renzella@econo.unlp.edu.ar

*Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Nacional de La Plata*

Nela María Sol Ravea - nela.ravea@econo.unlp.edu.ar

*Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Nacional de La Plata*

Agustina Romero - agustina.romero@econo.unlp.edu.ar

*Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Nacional de La Plata*

Yamila Itatí Capeletti - yamilacapeletti@hotmail.com

*Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Nacional de La Plata*

Palabras clave: Educación - Extensión - Patrimonio - Tecnología - Turismo.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

El presente trabajo busca compartir la experiencia del Proyecto de Extensión Universitaria “Huellas Patrimoniales”, desarrollado por estudiantes, egresados y docentes de las Facultades de Ciencias Económicas, Informática y Artes de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). En dicho proyecto se propone vincular el turismo y la identidad cultural y patrimonial a través del uso de nuevas tecnologías de manera inclusiva.

Más específicamente, “Huellas Patrimoniales” trata de acercar los sitios patrimonio de la Humanidad de Argentina registrados en la Lista de la UNESCO¹ a niños, niñas, adolescentes y personas con discapacidad de diversas instituciones sociales y educativas a través del aprovechamiento de nuevas tecnologías, particularmente la realidad virtual y la aplicación móvil HuVi (abreviación de Huellas Virtuales).

Esta propuesta nace en el año 2017 como complemento al Proyecto de Extensión denominado “Dejando Huellas”, en marcha desde el 2012 con el objetivo de realizar viajes de miniturismo con niñas, niños y jóvenes de la ciudad de La Plata y Ensenada para conocer el patrimonio local y promover así el turismo social. De esta forma, “Huellas Patrimoniales” surge como un viaje inverso: en vez de llevar a los destinatarios a conocer los patrimonios, llevar los sitios Patrimonio de la Humanidad en Argentina declarados por la UNESCO por medio de la tecnología de realidad virtual a los destinatarios, entendiendo que todas las personas deben tener el mismo derecho a conocer los patrimonios de nuestro país, ya que éstos son parte de nuestra herencia, cultural e identidad.

En este sentido, se articularon en un mismo proyecto los distintos pilares de la universidad: extensión, docencia, investigación y transferencia. Si bien este proyecto nace como uno de extensión, reúne saberes tanto de la investigación como de la docencia de

¹ La Lista de la UNESCO se compone de más de 1.000 bienes patrimoniales inscritos localizados en 165 países. Se trata de una lista abierta en la que cada año se incorporan nuevos bienes de valor universal excepcional.

los que los integrantes forman parte. En lo que refiere a la investigación, parte del equipo docente y estudiantes vinculados al proyecto “Dejando Huellas”, formaban ya parte del Instituto de Investigaciones en Turismo (IIT) de la Facultad de Ciencias Económicas, cuya línea de investigación se encontraba vinculada a los impactos del turismo en Sitios Patrimonio de la Humanidad en Argentina. Asimismo, desde el Instituto de Investigaciones Informáticas (III-LIDI) de la Facultad de Informática, se venían desarrollando proyectos de investigación y desarrollo de productos vinculados al uso de aplicaciones móviles con fines educativos. De esta manera, así fue como uniendo esfuerzos e intereses se crea un proyecto que permite abarcar otras cuestiones y permitir otro enfoque, como es “Huellas Patrimoniales”.

En el caso de la docencia, los integrantes del proyecto forman parte de materias vinculadas a patrimonio, investigación, tecnologías tanto en carreras de grado (Lic. en Turismo y Lic. en Informática) como de postgrado (Mestría en Tecnología Aplicada en Educación).

Por parte de la transferencia, se destacan dos cuestiones. Por un lado, el registro de propiedad intelectual de cada uno de los videojuegos (HuVi Parque Nacional Iguazú, HuVi Ischigualasto-Talampaya), con acceso abierto y gratuito. Cada uno de ellos se puede descargar, jugar y utilizar en establecimientos educativos como medios de enseñanza. Y, por otro lado, la transferencia de conocimientos y generación de saberes a través de las actividades de extensión. La misma se aplica a partir de los talleres que comenzaron a llevarse a cabo desde 2017, recorriendo escuelas primarias, ONGs y recibiendo escuelas de otras localidades. En dichos talleres, se realiza una exposición previa sobre conceptos y cuestiones referidas al patrimonio y la conservación, así como también se presentan los Patrimonios de la Humanidad que serán visitados a través del juego. Así se acerca a los destinatarios la experiencia de realidad virtual mediante HuVi, el cual permite que ellos generen una experiencia en función de aspectos identitarios y simbólicos, característicos del patrimonio natural y cultural.

De esta forma, con los conceptos que refieren a lo patrimonial y la motivación en compartir experiencias más abarcativas con los destinatarios conocidos, se buscó trabajar desde la interdisciplina para generar un contenido de calidad.

Proyecto Huellas Virtuales

Actualmente, el proyecto contempla varios aspectos: la formación de estudiantes y docentes con compromiso social, el desarrollo de tecnologías educativas que involucran el patrimonio, la cultura y la identidad de Argentina, y la investigación-acción en el marco de la docencia-investigación-extensión y transferencia.

Asimismo, una de las actividades más importantes que desarrolla el equipo del proyecto, es el desarrollo de las aplicaciones móviles, denominadas HuVi. HuVi cuenta con dos versiones, una sobre el Parque Nacional Iguazú; y otra que incluye los Parques Naturales Ischigualasto-Talampaya. Ambas están disponibles para dispositivos móviles para usar con gafas de realidad virtual, y para PC con Windows. La dinámica de juego propuesta por HuVi consiste en ir ganando “huellas virtuales” durante el recorrido de cada patrimonio. Éstas se consiguen a partir de desafíos que se dan a lo largo de la experiencia virtual que propone HuVi, de forma lúdica y educativa.

Para ello, el equipo que integra el proyecto se ocupa de los relevamientos de material audiovisual (se viaja hacia los Sitios Patrimonios de la Humanidad a través de los subsidios de financiamiento de proyectos de extensión), desarrollo del contenido del guión del juego, diseño de estrategias y actividades pedagógicas-lúdicas para ganar tales huellas, y desarrollo propio de la aplicación. Luego sí, se realizan los talleres con los

destinatarios de manera de mostrar los juegos, probar las aplicaciones junto con los destinatarios y que vivan una experiencia más inmersiva.

Dado que el uso de HUVI se aborda en talleres interdisciplinarios, se trabaja en torno a las manifestaciones patrimoniales, se usan mapas de la Argentina para la ubicación del patrimonio e imágenes fotográficas. Desde el 2018, a la actualidad, más de 200 destinatarios han participado de talleres, con edades entre 7 y 17 años. También, en la articulación con la Asociación El Roble², participaron algunos jóvenes de 16 a 18, y se hicieron pruebas con jóvenes y adultos con discapacidades de la institución IDANI.³

Entre los beneficios de la educación basada en la experiencia se incluyen la mejora de la comprensión de los conocimientos por parte de los estudiantes, mayor involucramiento en la toma de decisiones, y mayor participación. Así, la aplicación se concibe como una herramienta educativa, en el marco del aprendizaje basado en la experiencia, la participación activa de los estudiantes y el acercamiento al patrimonio argentino, recuperando su valor y la importancia de su cuidado.

Los participantes de los diferentes talleres se han mostrado muy motivados durante el uso de la aplicación. La mayoría ha utilizado la aplicación más de una vez, sin que esto estuviera previsto en el taller. Asimismo, la inclusión de los audios posibilitó la participación de niño/as que recién se iniciaba en la lecto-escritura.

La dinámica para desarrollar el taller tuvo que contemplar el trabajo en estaciones con diferentes actividades debido a la cantidad de participantes y la disponibilidad de 5 o 6 gafas con celulares para jugar simultáneamente.

El hecho de contar con un sitio web del proyecto (<https://www.huellaspatrimoniales.econo.unlp.edu.ar/>), también permite continuar el vínculo con aquellos destinatarios, ampliarlo y que también sigan jugando con HuVi a partir de la sección de recursos didácticos que permiten recuperar saberes incluidos en las aplicaciones móviles.

² La Asociación Civil “El Roble” es un centro de día para niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad, fundada en 1994

³ IDANI (Institución De Apoyo Integral A las Personas Con Capacidades Diferentes) es una entidad civil sin fines de lucro fundada en 1959 para la atención y rehabilitación integral de personas con discapacidad. Ambas instituciones se encuentran ubicadas en la ciudad de La Plata, Argentina.

Eje temático 2: Turismo y Sociedad: Destino, comunidad y cultura.

LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO-PRODUCTIVO EN EL PARTIDO DE TANDIL A PARTIR DE UNA EXPERIENCIA DE TRANSFERENCIA Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Mag. Valeria Capristo - mvcap@fch.unicen.edu.ar

Carrera de Turismo - FCH - UNICEN

Becaria María Belén Figueroa Martín - maria.belen.figueroa.martin@gmail.com

Carrera de Turismo - Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos (CIEP) - FCH - UNICEN

Becario Esteban Vicente - estebanvicente1996@gmail.com

Carrera de Turismo - Centro de Investigaciones Geográficas (CIG) - FCH - UNICEN

Palabras clave: Diagramación - Circuito turístico - Experiencia asociativa – Producto queso - Identificación territorial.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

En el año 2019 el Clúster Quesero -con el acompañamiento de la Dirección de Turismo del Municipio y la Asociación de Guías de Turismo de Tandil- se acerca a la Carrera de Turismo, perteneciente a la Facultad de Ciencias Humanas (FCH) de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN) con el fin de convocar a diagramar un circuito turístico que involucrara el producto tradicional Queso (emblema de la gastronomía tandilense). Dicho circuito debería centrarse en la producción quesera y, por lo tanto, involucrar a los productores queseros para que los identifique territorialmente. Para tal fin se conformó un equipo técnico de docentes y becarios de la carrera de pre-grado Técnico Universitario en Circuitos Turísticos. Este equipo fue el encargado de diagramar el nuevo producto turístico para el Destino Tandil prestando especial atención al surgimiento de nuevas modalidades turísticas y a su complementariedad con otras propuestas tradicionales ya existentes y consolidadas en el destino desde fines del siglo XIX. El circuito apunta a dar respuesta a quienes llegan actualmente al destino en busca de nuevas experiencias vinculadas con aspectos culturales y ávidos de conocer y consumir los procesos de producción locales tradicionales (que tienen lugar en el medio rural de Tandil).

Desde el equipo de trabajo se propuso diagramar un circuito turístico que pudiera contemplar las diferentes tareas y procesos involucrados en la producción de quesos en el Partido de Tandil, con el objetivo de exponer a turistas y visitantes las producciones y la labor que los actores vinculados a la actividad realizan cotidianamente. Así, el resultado último sería, por un lado, diversificar la oferta turística existente y, por el otro, visibilizar una producción gastronómica tradicional de Tandil que beneficiaría de manera directa a los productores.

Las actividades desarrolladas para la consecución de la diagramación del circuito se basaron en la metodología presentada por Nélide Chan (2011) – la que fue utilizada realizando las adaptaciones propias para este caso – quien expresa que la planificación de un circuito turístico muestra tres etapas principales para su diseño y construcción: *I. INVESTIGACIÓN – II. ANÁLISIS – III. ENUNCIACIÓN DEL CIRCUITO*. A esto se sumaron técnicas de integración metodológica cuanti–cualitativas con el objetivo de sistematizar e integrar la información relevada mediante observación directa, entrevistas, encuestas y fuentes escritas, entre otras, para poder explicar aquellos procesos vinculados con la actividad productiva quesera y sus productos derivados en el Partido de Tandil.

Debido a la pandemia la implementación se ha retrasado y actualmente se está evaluando como completar la última etapa que consiste en la puesta en marcha del circuito que se denomina *“Ruta gastronómica del queso Tandilero. Transitando una experiencia sustentable de principio a fin”*.

Entre los aspectos más relevantes de esta propuesta se identifica el trabajo colaborativo e interinstitucional entre la Carrera de Turismo (FCH-UNICEN), el Clúster Quesero de Tandil, la Asociación de Guías de Turismo de Tandil y la Dirección de Turismo local. Este esquema permitió el desarrollo de las capacidades desde el lugar de cada actor involucrado en pos de la diagramación del circuito. A modo de acierto, la convocatoria y participación de la Asociación de Guías ha sido un hecho indispensable, ya que sus integrantes serán los encargados de viabilizar la ruta diagramada y ofrecerla a los turistas. También, el involucramiento de la Dirección de Turismo de Tandil habilita la difusión del nuevo atractivo turístico para el destino. De esta manera se observa el logro de un esquema asociativo en el que cada parte aporte para conformar un todo.

Otra cuestión para destacar es el involucramiento de los integrantes del Clúster Quesero (los productores queseros: un tambo ovino, una cooperativa de trabajo/empresa recuperada y una chacra educativa). Desde las etapas iniciales ellos mismos señalaron cómo se imaginaban el futuro circuito y aportaron ideas a lo largo de todo el proceso de diagramación. De esta manera se genera un sentido de pertenencia que hace que la propuesta perdure a lo largo del tiempo.

Además, por último, un aspecto no menos importante, es el relacionado con la formación profesional de los Técnicos en Circuitos Turísticos, ya que realizaron una actividad formativa en la que se asimilaron, de manera supervisada y gradual, aspectos relevantes de su rol profesional a través de la inserción en una realidad y ambiente laboral específico concreto.

Principales resultados y conclusiones

Luego de cuatro meses de trabajo de investigación, salidas de campo y etapa de análisis de la información recolectada se creó un circuito turístico productivo basado en aportes teóricos claros y concretos cumpliendo con los convenios establecidos.

Debido a la pandemia la implementación se ha retrasado y actualmente se está evaluando como completar la última etapa que consiste en la puesta en marcha del circuito *“Ruta gastronómica del queso Tandilero. Transitando una experiencia sustentable de principio a fin”*

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

**INTERRELACIONES ENTRE TURISMO, RECREACIÓN,
INTERPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL: UNA PROPUESTA PARA
LA RESERVA NATURAL SIERRA DEL TIGRE, TANDIL, ARGENTINA**

Silvia Valenzuela - sivale@fch.unicen.edu.ar

Aldo Ramos - aldogramos@fch.unicen.edu.ar

Gonzalo Schneider - gonzasch95@gmail.com

Luisina Campo - licenciada.luisinacampo@gmail.com

Julia Peyran - peyranjulia@gmail.com

Nazareno González - naza_g96@hotmail.com.ar

*Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Humanas, CINEA.*

Palabras clave: Áreas protegidas - Conservación - Patrimonio natural y cultural - Interpretación y educación ambiental.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

En las últimas décadas estamos transitando un período de fuerte distanciamiento de la sociedad con la naturaleza. Esta situación ha provocado problemáticas ambientales que es necesario comenzar a minimizar. Por esto resulta fundamental generar acciones que contribuyan a revincular a los grupos sociales con el medio.

En este sentido, la educación ambiental aparece como la estrategia apropiada para realizar esta tarea y por esto se considera una de las primeras definiciones existentes adoptada por la Conferencia Intergubernamental de EA, (Tbilisi 1977), que dice "La educación ambiental es un proceso permanente en el cual los individuos y las comunidades adquieren conciencia de su medio y aprenden los conocimientos, los valores, las destrezas, la experiencia y también la determinación que les capacite para actuar, individual y colectivamente, en la resolución de los problemas ambientales presentes y futuros", la educación ambiental propone "... formar ciudadanos conscientes de los problemas del ambiente, que posean los conocimientos, actitudes, motivaciones, deseos y aptitudes necesarias para trabajar de manera individual y colectiva en la solución de los problemas actuales y en la prevención de los futuros."

Por otro lado, es posible considerar a la interpretación ambiental o del patrimonio como un instrumento de aplicación de la educación ambiental, la cual es definida como "un proceso creativo de comunicación estratégica, que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, logrando que genere sus propios significados sobre ese recurso, para que lo aprecie y disfrute" (Morales y Ham, 2008).

Si bien las propuestas de interpretación ambiental o del patrimonio deben darse en todo el territorio, las áreas protegidas pueden convertirse en espacios propicios para recomponer estos vínculos, permitiendo así la generación de una conciencia ambiental, una actitud crítica y reflexiva acerca del accionar humano. De esta manera, se espera contribuir a un compromiso y responsabilidad ambiental para motivar un cambio de actitudes y comportamientos en relación al sistema ambiental.

Teniendo en cuenta lo planteado, se propone como objetivo general propiciar acciones desde la interpretación del patrimonio, que permitan la revalorización del Área Protegida (RNST) para contribuir a crear conciencia ambiental, pensamiento crítico y compromiso por la sustentabilidad.

Como objetivos específicos de la propuesta se espera:

- Mejorar el sendero existente a partir de la implementación de un soporte tecnológico que permita aumentar el vínculo de los visitantes con el patrimonio natural y cultural del área protegida RNST, para contribuir a la concientización ambiental.
- Diseñar una propuesta de Aula de Naturaleza vinculada al nivel primario, que incentive y complemente el desarrollo de programas educativos formales, para propiciar el compromiso ambiental.

Para poder desarrollar estos objetivos, se trabaja con diferentes metodologías, provenientes del área de la interpretación del patrimonio, la cual se vincula directamente con la educación ambiental a lo cual se suma la aplicación de la tecnología que permite una mayor facilidad para acceder a la propuesta.

Los proyectos de extensión están orientados a establecer procesos de intercambio de conocimientos y experiencias entre actores universitarios y organizaciones sociales en general. Es importante desarrollar experiencias interdisciplinarias, mediante el uso de metodologías activas y participativas. Metodología de interpretación, con el objetivo de revelar significados.

Para el desarrollo de la iniciativa, además de las autoridades de la reserva natural se cuenta con la participación de la empresa Horizonte Vertical, la cual realiza actividades recreativas de aventura dentro del espacio protegido.

La propuesta tiene como beneficiarios a:

- Visitantes ocasionales de la Reserva Natural Sierra del Tigre (RNST) pertenecientes a la comunidad local
- Turistas provenientes de localidades cercanas y fundamentalmente de Buenos Aires.
- Estudiantes de instituciones educativas de nivel primario de la comunidad local.
- Estudiantes de instituciones educativas de nivel primario de la Buenos Aires y localidades del Gran Buenos Aires.

Estos cuatro grandes grupos suman aproximadamente 20.000 personas al año, lo cual permite considerar que las acciones implementadas tendrían un impacto significativo en la sociedad en general.

Las actividades a desarrollar son:

- 1- Análisis de la propuesta del sendero existente
2. Evaluación de las posibilidades materiales de realización.
3. Reelaboración de la propuesta del sendero a partir de la inclusión de códigos QR para su accesibilidad
4. Elaboración de cartelería específica sobre la labor de la reserva.
5. Análisis de contenidos curriculares de nivel primario (5 y 6 año) para la elaboración de una propuesta de Aula de Naturaleza.
6. Elaboración de materiales que permitan el trabajo docente con el Aula de Naturaleza vinculados a las características del espacio natural.
- 7- Localización en el espacio natural de los puntos de identificación de la propuesta de Aula de Naturaleza.

Conclusiones

Se espera brindar la oportunidad de estar en contacto con el patrimonio de la RNST y fomentar aptitudes y actitudes; propiciando a que las diferentes actividades propuestas resulten en una experiencia significativa sobre la importancia de la conservación y preservación del ambiente, para lograr reflexionar sobre esta necesidad de equilibrio sociedad-naturaleza.

Asimismo, y en particular, se espera aportar elementos para la revalorización de la RNST, donde está representada una muestra de la diversidad de los recursos serranos pampeanos y parte de la historia socio-productiva local.

Referencias bibliográficas

- Alonso Villalobos, C. (2005). La interpretación y el patrimonio histórico sumergido: un problema conceptual. *Boletín de Interpretación número 12*, 6-5.
- Beck, L. y Ted, C. (1998). *Interpretation for the 21st Century – Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*. Sagamore Publishing, Champaign, IL. USA.
- Bertonatti, C. (2005). Interpretación y turismo: ¿nos interesa dejar un mensaje al turista? *Boletín de Interpretación número 12*, 2-4.
- Otamendi, D. Y. (2007). *Reserva Natural Sierra del Tigre: Aportes para la valorización y optimización de sus recursos*. Tesis Lic. en Diagnóstico y Gestión Ambiental, FCH-UNICEN.
- Ramos, A., Ricci, S, Fernández G., Valenzuela, S., Castronovo, R. y J. Acevedo. Colaboradores: Juan Lavornia, J., Meineri, A. y Otamendi, Y. (2017). *Propuesta de educación ambiental con escuelas en la Reserva Natural Sierra del Tigre. “Conversar... Conservar: Diálogos en la naturaleza”*. CINEA. FCH. UNICEN. RNST.
- Ricci, S, Fernández, G., Valenzuela, S., Castronovo, R. y Ramos, A. (2014). Turismo y patrimonio geológico-minero: vínculos actuales en la ciudad de Tandil. CINEA. FCH.UNICEN. *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. 25, 26 y 27 de septiembre, Neuquén, Argentina.
- Morales, J., y Ham. S. H. (2008). ¿A qué interpretación nos referimos? *Boletín de Interpretación número 19*, 4-7.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

REVISANDO NUESTRAS PRÁCTICAS EXTENSIONISTAS: EDUCACIÓN, PATRIMONIO Y TURISMO EN LA RURALIDAD.

Dra. Valeria Palavecino - vpalavecino@fch.unicen.edu.ar
FCH-CIEP-Universidad Nacional de Centro de la Prov. de Buenos Aires - CICPBA
Dr. Juan Manuel Padrón - juanmanuelpadron@yahoo.com.ar
FA-FCH-CIEP-Universidad Nacional del Centro de la Prov. de Buenos Aires

Palabras claves: Patrimonio - Turismo - Educación - Extensión - Prácticas.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

Nos proponemos en estas páginas realizar un recorrido en relación con las prácticas de extensión/divulgaciones científicas que estamos llevando adelante desde una línea de trabajo que se desarrolla en nuestro Centro de Investigación. Pretendemos repensar la práctica extensionista a la luz del proceso que se desarrolló en el territorio y como herramienta de autoevaluación del quehacer científico, sin perder de vista los interlocutores de nuestra práctica, en el marco de las discusiones de las Prácticas Socio Educativas y su aprobación en el ámbito de nuestra universidad.

Tomaremos como estudio de caso el proyecto de extensión “Espacios de la Memoria. Hacia un Museo Comunitario para Estación De la Canal (Tandil)” que se desarrolló durante 2018-2020 en “Estación De la Canal”, una localidad rural ubicada en el partido de Tandil/Provincia de Buenos Aires. De este proyecto participaron, en una primera instancia, docentes y estudiantes secundarios que forman parte de la comunidad de De la Canal, como así también docentes, investigadores y estudiantes de las Carreras de Turismo e Historia de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNCPBA.

La propuesta surgió de un conjunto de inquietudes detectadas en la comunidad educativa de la Escuela Secundaria 13 de Estación De la Canal en relación a la necesidad de poner en valor un galpón de la estación ferroviaria, que había sido entregado al establecimiento escolar en comodato por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. En este sentido, cabe destacar que la institución escolar se acercó al grupo de trabajo de la Universidad en relación a otras actividades que se habían realizado previamente entre ambas instituciones. Además, de reconocer en el grupo de investigadores una trayectoria en la problemática que buscaban abordar.

En relación a ello, el “equipo extensionista”, a partir una lógica fundamentada en el intercambio de saberes y de una metodología participativa, trabajó en una primera instancia en la diagramación del proyecto y en su puesta en práctica. Se tuvo como premisa no llevar soluciones a la comunidad sino herramientas de análisis y acción, que posibiliten tomar decisiones adecuadas respecto de aquello que hace posible ahondar en los procesos identitarios. Se consideraron distintas herramientas para abordar lo patrimonial, la historia y el desarrollo del turismo en el medio rural, que hicieran posible encontrar estrategias acordes a los intereses y expectativas de los distintos actores involucrados en el proyecto.

La práctica extensionista de este equipo de trabajo se sustenta en una perspectiva denominada de investigación/acción, que implica considerar la interacción en el territorio como el resultado de la producción de un conocimiento nuevo que vincula críticamente el saber académico con el popular (Tomassino, s/f–2006). El diálogo de saberes produce conocimientos marcados por los contextos sociales e institucionales en los que son producidos, y por el intercambio y la colaboración entre diversas formas de saber. No se

trata de una confrontación abstracta entre dos tipos de conocimientos, sino de una relación de personas con subjetividades construidas en contextos diversos y con saberes producidos en forma diferente.

En esta misma línea, Rodríguez y Tommasino (s/d) remarcan que la extensión debe ser pensada como una herramienta de transformación de la Universidad, conviviendo y siendo parte del acto educativo. En este sentido, la integralidad incluye la relación entre dos ámbitos: el interno (educativo) y el externo (que refiere a la relación con la comunidad), donde todos pueden enseñar y aprender, por lo cual trasciende la teoría, se hace y recrea en la práctica. Se trata de trabajar en la “intemperie del aula”, desde la realidad y a partir de un problema concreto, con los sujetos de la comunidad, apuntando a construir una Universidad que responda a los problemas reales, que resulten de interés para la comunidad, orientando, a la vez, las agendas de investigación.

En cuanto al equipo extensionista, consideramos a este desde la mirada de Del Cueto y Fernández (1985) para quienes el grupo debe entenderse como un campo de problemáticas atravesada por deseos, situaciones históricas, sociales y políticas; por lo tanto, debe ser analizado desde su transversalidad y complejidad. En este sentido, abordar el dispositivo grupal que se pone en juego en Estación De la Canal implica observar cuándo el agrupamiento de actores, instituciones, vecinos y vecinas, se constituye en grupo. Por ello, nos enfocamos en el dispositivo grupal que se constituye en un tiempo-espacio, a partir de un número de personas y un objetivo (Del Cueto y Fernández, 1985: 18). En este sentido, cabe destacar que, en referencia a nuestro estudio de caso, las variables nos permiten pensar distintos momentos y etapas de la grupalidad, entendiendo además que los equipos de trabajo son dinámicos. Así, desde esta concepción buscaremos dar cuenta de la práctica extensionista llevada adelante por los distintos actores involucrados considerando algunos puntos generales del proyecto sobre los que nos interesan particularmente reflexionar.

Desde una mirada cualitativa del proceso que se desarrolla en el territorio y en relación con las actividades que se realizaron, buscaremos dilucidar en qué medida se logró en el trabajo cotidiano favorecer el autoconocimiento colectivo de la comunidad, propiciando la reflexión, la crítica y la creatividad, entendiendo que ello fortalece la identidad, porque legitima la historia, los valores propios, proyecta la forma de vida de la comunidad hacia adentro y hacia afuera de ella. Además, prestaremos particular atención a la participación de los estudiantes de las carreras de Historia y Turismo en el proyecto, en tanto consideramos esto como una instancia significativa en su formación.

Para llevar adelante nuestro objetivo, tomaremos como punto de partida los distintos tipos de materiales que se fueron generando en el desarrollo del proyecto, lo que implica un abordaje de tipo cualitativo. Debemos tener en cuenta que las actividades que se llevaron a cabo son diversas, aunque es necesario marcar que dadas las características del territorio en el que se interactuó, estas se estructuraron primero para y en relación a la comunidad educativa de la Secundaria Nro. 13, y en una segunda instancia, se proyectó fuera de la institución. Los encuentros fueron propuestos por los distintos actores involucrados y resultaron interesante los vínculos que se fueron generando a partir de conocer el trabajo del “otro” – que se había realizado en la institución, desde donde se habían trabajado las diferentes problemáticas, etc. –.

Las jornadas de trabajo/talleres tuvieron ejes de trabajo transversales que apuntaban a potenciar la historia del espacio regional, la cuestión patrimonial e identitaria desde una perspectiva local y del turismo en el medio rural. Además, todas las actividades buscaron dar cuenta y reflexionar sobre una consigna clara y concreta: ¿qué harían con sus bienes patrimoniales?. Como trasfondo metodológico se buscó poner en evidencia acciones participativas: Bi-Común, Safaris Fotográfico, Relevamiento de Recursos, Encuestas y

Entrevistas. También se diseñaron talleres sobre Museos Comunitarios e Interpretación del Patrimonio. El propósito fue que los participantes eligieran en relación a sus intereses y expectativas.

La implantación de las actividades desarrolladas “en y fuera del aula” dieron como resultado la elección una temática como disparador para trabajar los distintos puntos planteados en el proyecto: “las mujeres como protagonistas”. Aquí se diagramaron entrevistas en relación a los tópicos que fueron apareciendo en las distintas actividades, buscando identificar y registrar voces y miradas de mujeres de y sobre la comunidad. El resultado de este trabajo fue presentado en un encuentro en la comunidad de Estación De la Canal, junto con un video y una instalación artística que hacía referencia a los objetos y actividades que las entrevistadas habían destacado en sus intervenciones.

Principales resultados y conclusiones

Los resultados del proyecto se inscriben en poder lograr que la comunidad sea la real gestora y participe activa de su construcción identitaria, contribuyendo a la conformación de ciudadanos más democráticos. En este sentido, como equipo de trabajo, nos propusimos como facilitadores de herramientas que les posibilitaran indagar en las inquietudes y necesidades que, a priori, nos habían manifestado.

En tal sentido podemos destacar la óptima respuesta de los estudiantes de los dos niveles involucrados – escuela secundaria y Universidad –. Los estudiantes universitarios se mostraron interesados en formar parte de los proyectos, trabajando con un importante nivel de compromiso, asistiendo a las reuniones de armado de los talleres y a su implementación en la escuela. Los alumnos del nivel secundario recibieron muy bien la propuesta y han trabajado activamente mostrando interés en el diseño de las actividades, y su posterior implementación. El taller de entrevista fue un claro ejemplo de esto, generando fuertes expectativas tanto en el diseño del guión de las entrevistas como en su posterior realización.

Finalmente, profundizamos en los múltiples significados de las identidades locales como temática abordada. Las actividades de muestra, encuentro y diálogo con las mujeres como protagonistas de la historia y la identidad local, fue el punto culminante del proyecto, en donde quedaron plasmados los objetivos propuesto inicialmente en el mismo.

Referencias bibliográficas

- Arrieta Urtizberea, I. (2010). El campo patrimonial y museístico: un espacio cultural conflictivo. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, Vol. LXV, N° 2.
- Bertoncello, R. (2012). La población rural. En Otero, H. (dir.), *Historia de la provincia de Buenos Aires. Tomo 1: Población, ambiente y territorio*. Buenos Aires, Argentina: Edhasa, pp. 337-363.
- Del Cueto, A. M. y Fernández, A. M. (1985). El dispositivo grupal. Pavlovsky, E. *Lo grupal II*. pp. 13-56. Buenos Aires: Búsqueda.
- García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del Patrimonio. En Aguilar Criado, Encarnación. *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Andalucía, España: Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.
- Hiernaux N. (2002). ¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. *Aportes y transferencias*, 6(2), pp. 11- 27.
- Prats, Ll. (2004). *Antropología y Patrimonio*. Barcelona, España: Ariel.

Rodríguez y Tommasino (s/d). Tres tesis básicas sobre extensión y prácticas integrales en la Universidad de la República. *Cuadernos de Extensión N°1. Integralidad: tensiones y perspectivas*. Pp. 19-42. ISSN 1688-8324.

Tomassino, H. et al. (s/f). *La Investigación Participativa: estudio comparativo para contribuir a la reflexión teórico–metodológica de la extensión*.

Tomassino H., González M. N., Guedes E., Prieto M. (2006). Extensión Crítica: los aportes de Paulo Freire. En Tommasino, H. y de Hegedus, P.(ed.), *Extensión: Reflexiones para la intervención en el medio urbano y rural*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Facultad de Agronomía, pp. 121–136.

Tommasino, H. y Cano Menoni, A. (2016). Modelos de extensión universitaria en las universidades latinoamericanas en el siglo XXI: tendencias y controversias. *Universidades*, (67), 7-24.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico: Turismo y Extensión.
Turismo y Formación Profesional.

"CONSTRUYENDO IDENTIDAD EN SANTA CELINA" EXPERIENCIA INTEGRAL DE EXTENSIÓN E INVESTIGACIÓN

Lucas Noriega - lucasnoriega91@gmail.com

Evelyn Demichelis - evelyn.demichelis.abbate@gmail.com

Mg. Daniela Castellucci - dicastel@mdp.edu.ar

*Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP)*

Palabras clave: Identidad barrial - Prácticas sociocomunitarias - Investigación histórica - Barrio Santa Celina.

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

“Construyendo Identidad en Santa Celina” es una experiencia de extensión realizada con el fin de acreditar las horas de Prácticas Sociocomunitarias de la Universidad Nacional de Mar del Plata, durante el periodo marzo - diciembre del año 2021.

Las prácticas sociocomunitarias consisten en crear espacios de aprendizaje donde se ponen en juego saberes y actitudes para abordar diferentes situaciones de intervención social que propicien el contacto solidario de los y las estudiantes con la realidad, a fin de modificarla a través de su compromiso y participación. Estas pueden desarrollarse en asociaciones civiles y organizaciones sociales sin fines de lucro, ONG 's, grupos de personas con un interés o problemática común, cooperativas e instituciones públicas, entre otras. Estas entidades pueden ser propuestas por los Departamentos de extensión, las cátedras, docentes, graduados/as o estudiantes.

La experiencia que aquí se presenta aborda la temática de identidad barrial, concepto que pone en valor ciertas características particulares de un barrio y que, a su vez, genera aptitudes que lo diferencian de otros (Verga, Bado y Forzinetti, 2015). En este caso en particular, la experiencia fue desarrollada en el Barrio Santa Celina ubicado al sur de la ciudad de Mar del Plata (Buenos Aires, Argentina).

Santa Celina es uno de los barrios más contemporáneos de la ciudad ya que fue fundado en el año 1966 por el arquitecto Guillermo Atila Araus Peralta Ramos, quien había heredado las tierras tras el deceso de su madre, Severa Celina Peralta Ramos, y tomó la iniciativa de proyectar y diseñar un “barrio ciudad jardín”. De carácter novedoso para aquellos años, el barrio se había pensado con una distribución estratégica de loteo, separados por espacios verdes que brindaban la posibilidad del contacto con la naturaleza.

La actividad fue realizada en conjunto con la Asociación Vecinal de Fomento en Santa Celina y el CEU Unión Sur (Centro de Extensión Universitaria Unión Sur), quienes intervinieron como nexo entre la organización y los estudiantes. Cabe señalar que, los Centros de Extensión Universitaria, son espacios de cogestión entre la Universidad y la comunidad donde se implementan acciones que abordan los problemas y necesidades de un territorio determinado.

Una vez realizado el contacto con ambas entidades, el primer paso fue escuchar a la organización a fin de recolectar todas las demandas o necesidades que la comunidad requiere de la intervención académica y estudiantil. A partir de la escucha, se realizó un diagnóstico (Análisis FODA) donde se detectaron y analizaron tanto las carencias como así también las potencialidades. Dicho diagnóstico arrojó como resultado la ausencia de

recursos humanos, económicos y de tiempo para tratar la temática de identidad barrial. Y, a su vez, se detectó una fuerte potencialidad histórico-cultural del barrio teniendo en cuenta que la historia del barrio se enlaza con la historia de Mar del Plata y su fundador Patricio Peralta Ramos.

En efecto, desde el punto de vista de la potencialidad histórica se observa que el barrio Santa Celina se encuentra fuertemente vinculado con la historia de la ciudad de Mar del Plata, ya que su fundador es, por descendencia genealógica, el bisnieto del fundador de la ciudad. Es por ello que los lazos que unen ambas historias se ven intrínsecamente conectados entre sí. Por otra parte, respecto de las potencialidades culturales, cabe destacar que dentro del barrio se encuentra la estancia Santa Celina. Se trata del casco histórico del barrio con ubicación estratégica que permite tener vistas panorámicas a las distintas hectáreas aledañas. Asimismo, esta posee objetos y reliquias de la familia que se encuentran ligadas con la historia de Mar del Plata, las cuales pueden generar desplazamientos de interés histórico-cultural.

La experiencia integral de extensión e investigación

A partir de este diagnóstico fue necesario realizar una indagación que permitiese recuperar los orígenes del barrio. La idea era plantear una serie de propuestas con el fin de generar contenido acerca de la cultura e historia del barrio, tales como:

- Construcción de una línea del tiempo con el desarrollo del barrio Santa Celina desde sus inicios hasta la actualidad.
- Elaboración de un álbum fotográfico con contenido de carácter histórico.
- Creación de contenido audiovisual en formato de entrevistas.

Esta tarea investigativa se inició en un primer momento con una consulta de varias fuentes escritas en formato papel y digital, de las cuales solo se obtuvieron exiguos resultados. Por tal motivo, posteriormente se decidió encarar directamente una investigación histórica, de carácter exploratoria-descriptiva; con el objetivo de recolectar datos de fuentes orales y escritas, éditas e inéditas, para luego sistematizarlas, analizarlas y documentarlas a través de las propuestas planteadas.

La recolección de datos se realizó por medio de entrevistas abiertas a vecinos referentes que estuvieron dispuestos a ofrecer información y relatar sus vivencias. También se realizó análisis documental de la prensa local, de la normativa municipal contenida en el digesto de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredón y de material promocional de la comercialización del barrio.

El trabajo de campo se desarrolló durante el año 2021, bajo el contexto de pandemia de COVID-19, motivo por el cual se presentaron varios inconvenientes. En efecto, la pandemia dificultó los encuentros presenciales, la generación de vínculos con los vecinos y el abordaje de las propuestas debido a que muchas instituciones y/o organismos públicos, incluyendo la sede de la Asociación Vecinal de Fomento, se encontraban cerrados por la medida ASPO (Aislamiento Social Preventivo Obligatorio). Sin embargo, las dificultades fueron superadas y las actividades se fueron desarrollando paulatinamente.

Una vez concluido el trabajo de campo y elaboradas las propuestas en su totalidad, se redactó un informe final. Este documento se presentó en una exposición oral durante el coloquio de cierre correspondiente al cursado del Seminario de las Prácticas Comunitarias en el mes de diciembre de 2021.

En esa instancia, se expusieron particularmente los resultados e impactos positivos respecto de las prácticas sociocomunitarias en la comunidad barrial. Estos impactos quedaron plasmados en las siguientes dimensiones:

- En lo académico; se considera que se ha aprendido más acerca de la puesta en valor e importancia del patrimonio histórico y cultural, en este caso, de tipo barrial.
- En lo profesional: se entiende que es importante el conocimiento de la historia de la ciudad por parte del individuo que lo habita, y que el futuro profesional en turismo debería contemplarlo como un requisito insoslayable para el fortalecimiento de la identidad local y la valoración de su patrimonio como base de un desarrollo turístico sostenible.
- En lo personal: se entiende que el desarrollo de la experiencia enriquece aún más como seres humanos, además del vínculo empático que se genera con la comunidad.
- En lo comunitario: se logró un alto grado de participación vecinal y no vecinal donde cada uno pudo aportar sus vivencias y recuerdos del pasado.

Cabe consignar que los vecinos del Barrio Santa Celina se mostraron muy satisfechos por lo cual las propuestas planteadas desde las prácticas sociocomunitarias se exhibieron durante el “Acto de Cierre de Fin de Año” organizado por la Asociación Vecinal de Fomento Santa Celina. El evento se dió lugar en las inmediaciones de su sede y contó con la participación tanto de toda la comunidad barrial y representantes fomentistas de barrios aledaños (San Martín y Nuevo Golf), como así también de los miembros de la Universidad Nacional de Mar Del Plata (autoridades del Centro de Extensión Unión Sur y de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales).

Conclusiones

A través de esta experiencia se puede observar la importancia que adquiere el vínculo con la comunidad local en el marco de una actividad académica; la articulación de funciones sustantivas de investigación y extensión; y también la interdisciplina y el diálogo de saberes con los actores sociales. Se hace referencia, en este caso, a que los estudiantes construyen capacidades para actuar en contextos comunitarios reales, integrando y utilizando conocimientos y procedimientos de las disciplinas, y adoptando actitudes solidarias de manera estratégica y con conciencia ética y social.

De esta manera, se considera que la práctica sociocomunitaria realizada se constituye en una experiencia transformadora que abre a los estudiantes nuevas posibilidades de significación y de posicionamiento frente a las demandas de la comunidad. En este sentido, estas prácticas han facilitado la posibilidad de comprenderse y reconocerse como aprendices, adquiriendo y reafirmando determinadas capacidades a partir de las cuales les ha permitido brindar soluciones a las problemáticas planteadas por la comunidad local.

Referencias bibliográficas

Verga, J. L., Bado, M. S. y Forzinetti, M. E. (2015). Identidad y sentido de pertenencia barrial respecto a los límites administrativos vigentes. Caso Villa Luro. *Cuadernos* 48, pp. 29-49.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

PROMOTORES TURÍSTICOS DE LA CUENCA.
Una experiencia de turismo solidario y de base comunitaria en el Riachuelo, La Boca, CABA

Mariana Sosa - msosa@undav.edu.ar
Daniela Scotto D'Abusco - dscotto@undav.edu.ar
Pablo Reales - preales@undav.edu.ar
Pablo Vanevic - pvanevic@undav.edu.ar
Eliana Domoñi - edomoni@undav.edu.ar
Rocío Villalba - rvillalba@undav.edu.ar
Sandra Cabral - scabral@undav.edu.ar
Facundo Nosach - fakundonosach@gmail.com
Jessica Giachello - jessigiach@gmail.com
Universidad Nacional de Avellaneda

Palabras clave: Extensión- Turismo comunitario- Riachuelo- Solidaridad- Universidad y territorio

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

Es menester hoy emprender un proceso de construcción de conocimiento que, como diría Paulo Freire, tenga la mente puesta donde pisan nuestros pies. Las universidades públicas, como instituciones del Estado, deben gestar procesos de enseñanza-aprendizaje integral que trascienda la mera transferencia de contenidos: que salga a la calle, que el conocimiento que se investiga y se produce sea con otros, con las organizaciones sociales y políticas propias del territorio.

Intervenir desde el turismo a favor del territorio siempre fue un desafío. Hoy se expresa más crudamente. Cómo pensar, desde una actividad que se explica desde una perspectiva economicista y que se inclina por favorecer la acumulación violenta del capital, nuevos horizontes de sentido. ¿Cómo hacerlo desde las prácticas, desde los conceptos, desde la comprensión teórica, desde la enseñanza y sobre todo desde la construcción de conocimiento desde, con y para el territorio?

Trabajar para aportar soluciones mediante la intervención sobre un problema y al mismo tiempo profundizar también en la comprensión teórica de los problemas que estudiamos, hoy se torna imprescindible. Conocer para conocernos y situarnos, para comprometernos con nuestro tiempo histórico; para no estar pensando en problemas abstractos que nada tengan que ver con los problemas del pueblo.

El Turismo sostenible, social, solidario cooperativo y de base Comunitaria toma en cuenta los saberes y conocimientos que portan los habitantes de un territorio particular, dando valor a su palabra y a su experiencia de vida, para recuperar la memoria histórica y social de la comunidad desde sus protagonistas (Sosa y D'Abusco, 2019)

Con estos preceptos sobre la mesa, parte el presente trabajo de Promotor turístico cultural de la cuenca, el cual busca contribuir al conocimiento de los problemas ambientales y al cuidado de los territorios de las y los jóvenes residentes de La Boca, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que participen en este proyecto. Ellas y ellos serán capacitados para desempeñarse como anfitriones turísticos locales en su barrio de pertenencia desde un enfoque comunitario y para incorporar la mirada de la comunidad en la infraestructura que constituya un circuito turístico local y sostenible. En este sentido,

el circuito se desarrollará de modo tal que propicie la actividad de otros actores, como aquellos vinculados a la gastronomía, el deporte, los colectivos artísticos locales, teatros, museos, emprendimientos de artesanías y productos regionales, constituyendo así un circuito cultural ambiental de La Boca y dando respuesta a la actividad económica local.

La propuesta de extensión fue formulada por las carreras de Turismo de la Universidad Nacional de Avellaneda para el trabajo conjunto con la Dirección de Fortalecimiento Comunitario y Promoción del Desarrollo de ACUMAR (Autoridad Cuenca Matanza Riachuelo) También intervinieron el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, a través de su programa de empleo joven y la propia Comuna 4, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La Universidad Nacional de Avellaneda, fue la responsable de la capacitación teórico-práctica de los jóvenes. La diversidad de sitios de interés histórico, cultural, artístico y ambiental del barrio de La Boca posibilitan el desarrollo de las acciones prácticas en el ambiente real de trabajo, que es al mismo tiempo la zona de residencia de los jóvenes. Esto permitirá que desarrollen las prácticas en un ambiente que conocen y con el que se identifican haciendo que estos saberes previos sean parte del proceso de entrenamiento. Se propuso la creación de un equipo de trabajo formado por docentes y estudiantes de las carreras de Guía Universitario en Turismo y Licenciatura en Turismo para acompañar, desarrollar, coordinar y ejecutar las acciones. La propuesta pedagógica está basada en una serie de principios rectores que orientan la enseñanza de la disciplina en el marco del proyecto institucional de la Universidad. Ellos son:

- Remover ciertas dinámicas y mecanismos profundos de la desigualdad social utilizando al turismo como un modo de intervención en el entramado de relaciones socio-culturales de la ciudad;
- Crear acciones estratégicas de intervención en la ciudad que posibiliten la existencia, el acceso, el disfrute y la circulación por el espacio público urbano como patrimonio de todas las personas;
- Promover políticas de gestión del turismo en los barrios centrales que, potenciando experiencias preexistentes, incrementen y diversifiquen las ofertas turístico-culturales e impacten positivamente en el acceso, disfrute y diversificación de usuarios y uso de los espacios públicos;
- Contribuir al desarrollo de políticas públicas en turismo que sean compatibles con las agendas de los sectores más postergados;
- Generar propuestas de turismo pensadas y orientadas hacia el diálogo y el encuentro interclase que fortalezca la ciudadanía de todos los involucrados, mejore la calidad de vida y favorezca no solo una progresiva atenuación de las mutuas sospechas, sino también la inclusión social, cultural y política de los más vulnerables, de aquellos que son percibidos como “menos ciudadanos” que el resto.

ACUMAR, en su rol de autoridad de Cuenca, ha creado el Programa de Fomento de Circuitos de Integración Cultural y del Turismo Sostenible. Sus principales objetivos son: Construir y reconstruir los lazos que unen las márgenes y sus poblaciones, por medio de un recorrido turístico que atraviese el río y que permitirá desplegar una mirada integral sobre las características de ese paisaje urbano único. Del mismo modo: Promover el desarrollo de trayectos turísticos sostenibles, que generen empleo verde local y sean protagonizados por los actores y las comunidades locales, quienes mejor conocen el patrimonio cultural, social y ambiental que habitan. El programa busca fomentar el turismo local y sostenible como fuente de trabajo decente y empleo verde. Como parte de

este programa ACUMAR firmó un convenio marco con el Ministerio de Turismo y Deporte de Nación

Por su parte, la Comuna 4 de la Ciudad de Buenos Aires que contiene al barrio de La Boca, también muestra voluntad en promover la actividad turística con un enfoque comunitario. En noviembre de 2020 se creó la “Comisión de Patrimonio Cultural y Natural de la Comuna 4” cuyo objetivo es desarrollar un programa Turismo Comunitario y Sostenible en los barrios que integran la Comuna. Se busca promover prácticas de turismo vinculadas a la sostenibilidad, contemplando la protección y puesta en valor del patrimonio histórico y cultural; minimizando el impacto en los recursos naturales y culturales e involucrando a las comunidades anfitrionas en su planificación, ejecución y cuidado.

Principales resultados y conclusiones

Después de un año de formación, capacitaciones, salidas, relevamientos, entre varias actividades, se arribó a algunas reflexiones que actúan, a su vez, de puntos de partida para este trabajo.

La actividad que desarrolla el Promotor/a turístico cultural es un oficio. Es una práctica que se aprende colectivamente en el diálogo con otros y que puede favorecer el desarrollo de trabajo genuino complementario a las actividades que se llevan a cabo en el barrio.

La incorporación del plan de trabajo propuesto desde la universidad se integra a la propuesta de la ACUMAR con la finalidad de intervenir desde el Turismo sobre los obstáculos y los factores limitantes que generan un acceso desigual al espacio público urbano, lo cual (re)produce desigualdades sociales.

Es sabido que el turismo no *resuelve* automáticamente la pobreza ni combate per se la segregación socio-espacial, como parecían idealizar ciertas gestiones locales recientes vinculadas a la exaltación de un multiculturalismo blando. No obstante, se afirma que el turismo puede ser un recurso para dotar de sentido aquellos novedosos cruces entre clases sociales que se buscan alentar desde esta propuesta.

El patrimonio social, cultural, ambiental y simbólico de La Boca está en recuperación. Las características del barrio lo tornan emblemático y posibilitan la planificación de estrategias de desarrollo económico con usos sociales generadores de empleo como es el del turismo solidario y de base comunitaria.

Los jóvenes que transitan el entrenamiento para el trabajo adquieren herramientas teóricas y prácticas para insertarse tanto en el ámbito público como en el privado. Incluso podrán generar sus propios emprendimientos asociativos o de autoempleo.

Referencias bibliográficas

Alderoqui, S. (2012). *Paseos urbanos: el arte de caminar como práctica pedagógica*. Lugar editorial.

Ares, P. y Risler, J. (2015). *Manual de mapeo colectivo: Recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa*. Tinta Limón.

Guitelman, J. (1996). *Los artesanos del trato. Comunidades, hospitalidad y turismo*. CIC.

Guitelman, J. (2020). *Hospitalidad La forma turística de la solidaridad*. EDUNLP.

Sosa, M. y D´Abusco, D. (2019). MUTANTUR: una experiencia de turismo para la integración social. *IX Simposio Internacional y XV Jornadas de Investigación - Acción en Turismo, CONDET 2019*. Posadas, Argentina.

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico

EXTENSIÓN CRÍTICA, TURISMO Y JÓVENES ESTUDIANTES DE LA ZONA OESTE RURAL DEL PARTIDO DE GENERAL PUEYRREDN

Lic. Graciela Pompar- pompargraciela@gmail.com
*Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Extensión Universitaria Zona Oeste Rural
Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP)*

Palabras clave: Extensión crítica- Jóvenes- Turismo- Recreación- Escuela secundaria- Identidad local

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

La ciudad de Mar del Plata desde sus comienzos, desarrolla su oferta turística recreativa en relación directa con sus playas y el mar. El paisaje de sierras y lagunas que se extiende hacia el oeste, funciona como un complemento del atractivo principal, brindando un marco propicio para actividades de esparcimiento que conviven con la producción frutihortícola.

Denominamos Zona Oeste Rural del Partido de General Pueyrredón, al territorio comprendido entre el límite con el Partido de Balcarce y el barrio La Herradura de Mar del Plata; hacia el norte hasta la RN N° 2 y hacia el sur, se extiende hasta la localidad de Batán.

Este espacio, atravesado principalmente por uno de los cinturones frutihortícolas más importantes del país, es recorrido de NO a SE por las últimas estribaciones del Sistema de Tandilia, compuesto por sierras bajas que van disminuyendo su altura gradualmente desde el centro de la provincia de Buenos Aires hasta sumergirse en el océano, a la altura de Cabo Corrientes.

Durante las últimas décadas, el perfil de la demanda se fue modificando con el auge de las actividades recreativas y deportivas al aire libre, que demandan espacios de calidad ambiental, impulsando el desarrollo de nuevos destinos alejados de las aglomeraciones litorales.

Algunas de las sierras de esta región se han constituido en atractivos convocantes a nivel regional para practicantes de deportes alternativos como escalada, parapente, trekking, mountain bike, entre otros, que conviven con el uso intensivo del suelo de la producción frutihortícola. Estas actividades, que comparten el uso de un mismo territorio, en la mayoría de los casos, no se superponen ya que utilizan distintos espacios. Así, las laderas de las sierras que no son aprovechables para la producción rural, son utilizadas para la realización de actividades turístico-recreativas.

Comunidad local, escuelas y jóvenes residentes

En la zona existen cinco escuelas de educación secundaria. La que nos convoca es la EES N° 50 del Barrio Gloria de la Peregrina, ubicada a metros del km. 20 de la RN 226. Su matrícula está compuesta por jóvenes que, en su mayoría, son hijos de trabajadores rurales, en muchos casos, inmigrantes de países limítrofes que al finalizar el

nivel secundario se incorporan a la fuerza laboral de la producción local y en muy pocos casos continúan con estudios superiores.

En el año 2020 la directora de la escuela junto a la profesora de geografía, impulsan el vínculo con el turismo convocando a la Universidad para la realización de actividades conjuntas, con la intención de brindar a los estudiantes información específica sobre la actividad turística y las potencialidades de la región, haciendo hincapié en el patrimonio natural y cultural, y el fortalecimiento de la identidad local.

El grupo que llevará adelante la actividad queda conformado por tres licenciadas en turismo, un historiador, la directora de la escuela, la profesora de geografía y cuatro estudiantes de la Licenciatura en Turismo que cursan el seminario de Prácticas Sociocomunitarias. La Actividad de Extensión se diagrama en función de los requerimientos planteados por la comunidad educativa para ser llevado a cabo durante el año 2021.

Actividad de extensión

Se decide la realización de cinco charlas - talleres mensuales que se incorporan a la currícula educativa del establecimiento, articulando con los contenidos de la materia “geografía”.

Los objetivos que se plantearon son:

- Rescatar la historia local y regional revalorizando el conocimiento que se alberga dentro de la misma comunidad.
- Reforzar el sentido de pertenencia.
- Repensar la historia, presente y futuro de la comunidad desde la perspectiva de los adolescentes.
- Ampliar la visión de los jóvenes en lo que se refiere a las posibilidades laborales en el ámbito local, determinada históricamente por pautas culturales en relación a roles preestablecidos según género y nivel socioeconómico.
- Acercar a los jóvenes las opciones educativas vinculadas al turismo y la recreación que se dictan en la UNMDP.
- Facilitar a los docentes información histórica local y regional.
- Repensar el rol de la mujer dentro de la comunidad, ampliando su percepción de posibles actividades laborales.

Como ejes transversales de las charlas y talleres se incluyen temáticas vinculadas al rol de la mujer, sus circunstancias determinantes dentro de la comunidad local y expectativas laborales reales y percibidas. En tanto que para el desarrollo de los contenidos se incorpora la perspectiva de género, especialmente, en relación a los espacios que la mujer ocupó en los distintos períodos históricos.

Los talleres se realizan de forma presencial entre los meses de mayo y septiembre, abordando temáticas vinculadas a la historia local y regional, entendida como un recurso turístico - cultural que la comunidad espera rescatar para sí y para los otros.

Cada encuentro cuenta con la participación de actores sociales, docentes e investigadores de la UNMDP que colaboran desde diferentes perspectivas, en la construcción de identidad y pertenencia a partir de profundizar en el conocimiento de lo propio. Se espera acercar a los estudiantes al turismo y la recreación en el ámbito local, entendida como actividad económica en dónde puedan desempeñarse en su horizonte laboral cercano.

El contexto de pandemia y las disposiciones cambiantes de las medidas ASPO durante el período planificado, ocasionaron el retraso en el inicio de las actividades y obligaron al replanteo de la modalidad en la que se llevarían a cabo, teniendo en cuenta que la escuela se encuentra ubicada en un espacio periurbano /rural y la mayoría de los estudiantes no tienen servicio de internet en sus hogares. A pesar de los contratiempos, se decidió realizar la primera de las charlas mediante plataforma de videoconferencia.

Una vez que se retomó la actividad normal en la institución, fue posible realizar las cuatro charlas restantes de manera presencial. Esto permitió que las actividades se desarrollen de acuerdo a lo planeado originalmente, pero a su vez, se vieron enriquecidas con soportes técnicos que originalmente no se habían contemplado, como la grabación de las charlas en videos que quedaron a disposición de alumnos y docente, el uso del correo electrónico para el envío de las actividades planteadas, plataformas de video, etc. De este modo, los alumnos, además de recibir los contenidos específicos diseñados para la actividad, tuvieron un acercamiento a herramientas que se utilizan en los ámbitos académicos.

Las estudiantes universitarias que cursaban el seminario de prácticas sociocomunitarias, fueron las encargadas de llevar adelante las actividades prácticas en cada taller, en función de las temáticas abordadas y en todos los casos, incorporando la perspectiva de género.

Principales resultados y conclusiones

El último día de la actividad se realizó una encuesta a los estudiantes que nos permitió recolectar información valiosa para evaluar el desarrollo de la actividad y proyectar las modificaciones necesarias para el próximo ciclo. Entre los resultados obtenidos destacamos lo siguiente:

- La mayoría de los estudiantes sabía de la existencia de las carreras vinculada al Turismo en la UNMDP
- Pocos sabían de las actividades de extensión que la UNMDP lleva adelante
- Los temas y actividades fueron de su agrado
- Reconocen la importancia del Patrimonio cultural y natural
- Algunos se plantean la posibilidad de seguir estudios vinculados al turismo y la recreación.

Las implicancias para los participantes son múltiples y enriquecedoras. El intercambio con los estudiantes nutre la labor académica, las estudiantes universitarias adquieren experiencias en rol docente; la comunidad educativa de la escuela se beneficia con el logro de los objetivos planteados y los jóvenes obtienen un contacto directo con el ámbito académico que amplía su visión en relación a una futura inserción laboral, construyendo y fortaleciendo la identidad local.

Para el año 2022 la actividad de extensión toma forma de “Proyecto de Extensión”, lo que nos permite ampliar el trabajo a desarrollar con los jóvenes y se duplica la cantidad de charlas y talleres.

En la escuela se decide la creación de un nuevo cuarto año con orientación en turismo. convirtiéndose en la segunda escuela del Partido de General Pueyrredón con esa orientación. Por lo tanto las actividades para el nuevo ciclo se proyectan para el doble de estudiantes que el año anterior. Las actividades se realizarán con los nuevos cuartos y los sextos años de la escuela.

Se incluirá, entre las actividades, la realización de un taller con herramientas básicas para el desarrollo de microemprendimientos, economía y administración que otorgará

certificación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Además, se incorporan al equipo, un estudiante de historia, y docentes de los nuevos cuartos años con orientación en turismo de la escuela.

Esperamos continuar ampliando los alcances del proyecto en función de las demandas de los jóvenes de esta comunidad, utilizando las herramientas para la equidad que nos brinda la mirada de una extensión crítica, con sus implicancias.

“La educación no cambia al mundo, cambia a las personas que cambiarán al mundo”.
(Paulo Freire).

Eje temático 5: Turismo, Educación y Conocimiento Científico: Turismo y extensión

LA GESTIÓN PARTICIPATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL DESTINADO A ORGANIZACIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Lic. Mercedes Alegre

Lic. Natalia Cáceres

Lic. María José Cáceres

Lic. Roberto Bezos- roberto.bezos@comunidad.unne.edu.ar

Lic. Sebastián Slobayen.

Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Artes Diseño y Ciencias de la Cultura FADYCC.

Carrera Licenciatura en Turismo.

Asignaturas Taller II: Gestión Participativa.

Seminario de Políticas Turísticas. Taller de Tesina.

Palabras clave: Gestión participativa- Desarrollo local- Articulación público-privada

Breve descripción y aspectos relevantes de la experiencia

La experiencia que aquí se presenta se enmarca en una materia del 4to año de la carrera Licenciatura en Turismo. Taller de Práctica II: Gestión Participativa.

La propuesta persigue dos fines:

Formación profesional: se trata de brindar a los estudiantes un espacio para que puedan desarrollar sus prácticas pre profesionales a partir de una propuesta de trabajo colaborativo con instituciones sociales públicas (municipios) como privadas (asociaciones de profesionales) que tienden a la implementación y puesta en marcha de un programa de proceso participativo, pensado desde, por y para, las instituciones beneficiarias. Para tal fin los alumnos se vinculan con dichas organizaciones a lo largo del proceso que implica la gestión de la participación (diagnóstico, planificación, implementación, evaluación y monitoreo).

Actividad de extensión: atento a que uno de los objetivos de la Universidad Nacional del Nordeste es la extensión, se asume este espacio como un ámbito propicio para poder estrechar lazos entre la comunidad y la universidad, aportando conocimientos y técnicas necesarias para llevar adelante nuevos modelos de gobierno que tiendan al desarrollo local, desde procesos participativos, que valoren las voces de todos los actores.

Siguiendo a la CEPAL, se dirá que en el plano de gobierno estamos asistiendo a un tiempo de profundas contradicciones: por un lado, se pone en evidencia la fragilidad del Estado, con una pérdida de liderazgo y a la vez surge una ciudadanía que reclama por espacios de participación en las decisiones que afectan a la sociedad donde se desenvuelve.

En este sentido, se asume que la universidad pudiera ser el nexo entre los actores sociales: Estado- Comunidad y Estado-Sector Privado, cuyas relaciones en la práctica, no siempre se dan de modo armónico.

El sector académico, puede entonces generar los espacios de participación, de diálogo para pensar de manera inclusiva y participativa que tipo de destino turístico se quiere ser.

Desde estos espacios de práctica, se busca fortalecer las interacciones de la comunidad con organismos del sector público y sector privado vinculados con la actividad turística acompañados de entidades gubernamentales tanto a escala Municipal como Provincial, organizando una agenda común de temas que merecen una mirada colectiva.

Los beneficiarios de la propuesta son los municipios de la ciudad de Corrientes y las asociaciones de profesionales que nuclean al sector turístico.

Las entidades con las que se ha trabajado del sector privado han sido: Cámara de Turismo de Turismo de Bella Vista. Asociación de prestadores de Servicios Maitei de Loreto, Asociación de Prestadores de Servicios Turísticos de Isla Apípe Grande. Y las Entidades Municipales de Turismo: Dirección de Turismo de Caa Cati. Dirección de Turismo de Chavarría. Dirección de Turismo de Bella Vista, Dirección de Turismo de Goya, Dirección de Turismo de Paso de la Patria, Dirección de Turismo de Itati, todas de la Provincia de Corrientes.

La propuesta consistió en un trabajo de 8 meses con las organizaciones seleccionadas, donde los alumnos debieron implicarse en la realización de diferentes actividades. Entrevistas con los facilitadores del desarrollo (con el objeto de poder construir el diagnóstico participativo) proceso de planificación de posibles actuaciones y desarrollo de un taller participativo en el territorio.

Principales lecciones y conclusiones

La cooperación inter institucional es el camino para el logro del desarrollo local. En efecto la CEPAL señala la necesidad de generar alianzas entre el Estado y la comunidad. El trabajo realizado en el ámbito de estas prácticas pre profesionales con las organizaciones seleccionadas, ha permitido detectar algunas falencias comunes que padecen nuestras instituciones, como así también, las potencialidades con las que cuentan

los actores para hacer frente a esas dificultades.

Un déficit detectado reside en la debilidad institucional. Las asociaciones que nuclean a los prestadores de servicio turístico en Corrientes, son de reciente creación, y aún no cuentan con una estrategia organizacional bien definida, lo cual dificulta que las mismas se encaminen hacia un objetivo claro.

El sector público no mantiene un diálogo fluido con la comunidad para saber cuál es la vocación de destino turístico que se quiere formar.

Se advierte una desvinculación entre el sector público y privado, al momento de pensar juntos en el modelo de desarrollo turístico que se quiere lograr.

Como es dable advertir, las mayores dificultades radican en el debilitamiento institucional y en la cooperación.

Por tanto, se asume la necesidad de fortalecer alianzas entre los diferentes actores que definen el destino -la comunidad, el estado y el sector privado- desde una mira integral, la gestión de la participación de la Comunidad como eje central de las políticas de desarrollo de la actividad turística.

Los alumnos, tienen un espacio real de interacción donde se comprende la urgencia de proporcionar herramientas de gestión a las nuevas asociaciones en relación al turismo con el objeto de que puedan entender el motivo para la cual se crean y de esta manera, puedan convertirse en verdaderos agentes de cambio.

Parte de los resultados de las tareas realizadas es un documento con las potencialidades detectadas en las área de intervención basadas en los requerimientos de

los actores sociales (comunidad, estado, sector privado) de trabajar en la consecución de un desarrollo turístico sostenible, que tendrá una continuidad en las herramientas técnicas adquiridas durante la capacitación lo que demuestra la importancia de las metodologías de gestión participativa buscando la madurez de la Comunidad desde la autorrealización de sus propios objetivos.

Frente a este estado de situación, se asume que las herramientas de participación tienen un gran potencial para ofrecer como medio para generar espacios de diálogo, concertación y trabajo colaborativo tan necesarios para definir el futuro de los nuevos destinos turísticos que queremos. Más abiertos, más participativos, y principalmente que tienda a un desarrollo para todos.

Finalmente se dirá que a partir de estas experiencias la Facultad de Arte Diseño y Ciencias de la Cultura, por medio de una de sus cátedras busca contribuir con el propósito extensionista que defiende la Universidad del Nordeste y que tiende a generar ámbitos de cooperación entre *la universidad y otros actores de la sociedad de la que es parte con miras a “contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas...”* (Consejo Interuniversitario Nacional. Acuerdo Plenario N° 811/12).

Eje temático 1: Turismo, Políticas y Desarrollo

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN PROVINCIA DE BUENOS AIRES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO: EXPERIENCIA DEL PROGRAMA PBA SUSTENTABLE

María Ángeles Speake- angeles.speake@uns.edu.ar

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur (UNS) – Consejo
Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Bahía Blanca,
Argentina

María Joselina Caruso- mjcaruso@uns.edu.ar

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur (UNS), Bahía
Blanca, Argentina

Luisina Zuccarini- luisina.zuccarini@uns.edu.ar

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur (UNS), Bahía
Blanca, Argentina

Breve descripción de la experiencia

El Programa PBA Sustentable es un producto de planificación elaborado e impulsado por la Dirección de Desarrollo Turístico de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires (SST PBA). En el contexto de pandemia por el COVID-19, la valoración de las actividades recreativas al aire libre aumentó abrupta y considerablemente, desafiando a los municipios a dar rápida respuesta a estas necesidades de la sociedad. Por ello, a fines del año 2020 la SST PBA convocó a diferentes actores, representantes del sector privado, público y académico, para participar en el proceso de creación del mencionado programa. El principal objetivo planteado fue realizar aportes y/o diseñar modelos para el desarrollo turístico provincial sobre la base de los ejes de la sostenibilidad, en el marco de los ODS contemplados en la Agenda 2030.

Los destinatarios de los productos generados en el marco de este programa incluyeron a los funcionarios públicos de los distintos niveles administrativos y a todos aquellos actores sociales involucrados directa o indirectamente con la actividad turística (prestadores privados, organizaciones sociales y no gubernamentales, entre otros). El enfoque metodológico para la elaboración de los productos y/o modelos de implantación se basó en un proceso de trabajo participativo y por etapas. Se sumaron a la convocatoria una gran diversidad de actores, incluyendo representantes de universidades públicas y privadas, cámaras empresariales, organismos provinciales y nacionales, áreas naturales protegidas, profesionales y empresas del ámbito privado, entre otros; quienes, liderados por un coordinador general y un equipo técnico, conformaron los Equipos Desarrolladores Temáticos (EDT).

Luego de la presentación y reunión inicial virtual, se conformaron los cinco EDT que prosiguieron con el desarrollo de las tareas de manera autónoma. Cada uno de los equipos estuvo orientado a temáticas y objetivos específicos, los cuales se denominaron: 1) Gestión ambiental y desarrollo de herramientas para experiencias con la naturaleza, 2) Diseño de Centros de Interpretación, 3) Desarrollo local, 4) Desarrollo turístico y 5) Playas inteligentes.

Aspectos relevantes de la experiencia

Los EDT comenzaron a trabajar luego de elegir a su coordinador interno, cuya función principal fue el armado de las minutas y la moderación de los encuentros. La

participación de las autoras se centró en las comisiones de trabajo denominadas *Gestión ambiental y desarrollo de herramientas para experiencias con la naturaleza y Desarrollo turístico*. Ambos grupos de trabajo se conformaron principalmente por profesionales del sector académico y, en menor medida, por profesionales vinculados a áreas naturales protegidas provinciales y representantes del sector privado (agentes de viaje).

Si bien el cronograma inicial del programa planteó la entrega final de los productos para mayo 2021, la dinámica de trabajo generó que los plazos temporales se extendieran hasta finales de ese año. Dado que a cada equipo le fueron asignados la elaboración de múltiples productos, la primera etapa del trabajo consistió en realizar una exhaustiva revisión bibliográfica que permitiera actualizar el estado del arte sobre los temas abordados y la priorización de los modelos a desarrollar. Desde la comisión vinculada con las experiencias en contacto con la naturaleza, se planteó la necesidad de realizar, en primera instancia, un relevamiento completo y actualizado de las áreas naturales protegidas provinciales, a fin de valorar la situación de base para el planteamiento de estrategias y políticas públicas. Si bien este relevamiento no constituyó un producto solicitado por la SST PBA, el vacío de información existente representaba una limitante para la concreción de los objetivos de la comisión. El inventario resultante, caracterizado por una gran diversidad de figuras de protección de jurisdicción internacional, nacional, provincial y municipal, permitió evidenciar la heterogeneidad y riqueza del patrimonio natural y cultural local. El mismo se constituyó en el primer documento que sistematiza la información ambiental y turística de las áreas protegidas que integran la provincia de Buenos Aires.

Como parte del trabajo de esta comisión también se elaboró un manual para el diseño e implementación de senderos autoguiados, una guía modelo para la observación de aves y cartografía temática de relevancia para el desarrollo del turismo de naturaleza. El manual se creó con el objetivo de aportar herramientas que orienten al desarrollo de senderos autoguiados en entornos naturales de la provincia. La propuesta incluye la adaptación de reconocidos sistemas de senderos autoguiados a nivel mundial a las características de la provincia de Buenos Aires, a fin de estimular el desarrollo de productos capaces de atraer y sostener el turismo internacional. Por su parte, la guía modelo para la observación de aves se centró en brindar herramientas a los gestores municipales para la generación de una cartilla que fomente la puesta en valor de la avifauna local y sirva de material de apoyo a la experiencia turística en sus destinos. A fin de favorecer la implementación de estos productos, se constituyó un nuevo equipo de trabajo y se realizaron talleres de capacitación, durante los meses de noviembre y diciembre de 2021, dirigidas a los gestores turísticos municipales.

Por otro lado, en el marco del trabajo realizado en la comisión vinculada con el desarrollo turístico, se elaboró una propuesta para la creación de una alianza multisectorial estratégica que nutra el desarrollo sustentable del turismo en el ámbito provincial. La alianza se presenta como la respuesta más adecuada para proveer un espacio común que maximice la representación de todos los sectores vinculados a la actividad turística y favorezca la concertación y el diálogo, de manera efectiva, integral y colaborativa. Dentro de los principales objetivos se propuso lograr un acercamiento de intereses entre las partes, construir soluciones innovadoras de manera conjunta o generar información, que pueda fortalecer los procesos de toma de decisiones. La propuesta se formalizó en un documento que establece fundamentos, alcances, objetivos, roles de los socios, modelo de estructura de funcionamiento, reglamentaciones inherentes a su conformación efectiva y otros aspectos a contemplar en pos de su materialización.

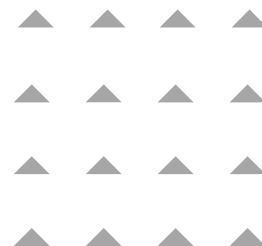
Principales conclusiones

La experiencia obtenida a partir de la participación en el programa PBA Sustentable lleva a las autoras a reflexionar sobre el cumplimiento de sus objetivos y alcance. Se reconoce que su diseño se basó en una lógica intersectorial con alto grado de representación y, en este sentido, se valora la adhesión a la convocatoria de una gran diversidad de actores. En principio, la conformación de grupos relativamente heterogéneos permitió articular saberes multisectoriales, transdisciplinarios e interjurisdiccionales y propiciar espacios de diálogo y discusión conceptual, metodológico y proyectual. No obstante, durante el proceso de trabajo, el mayor grado de involucramiento fue asumido por unos pocos referentes, principalmente del sector académico, situación que condicionó la disponibilidad de múltiples miradas sobre los temas abordados y, eventualmente, la elaboración de los productos.

En relación con la dinámica interna de trabajo, la elección de un coordinador por comisión fue una decisión acertada, pues permitió mantener una comunicación fluida con la Dirección de Desarrollo Turístico (encargada de la coordinación general del programa) y ordenar los temas a tratar en cada encuentro. No obstante, la incorporación y el acompañamiento de un miembro de la Subsecretaría de Turismo en cada EDT hubiera sido deseable para asegurar el cumplimiento de la agenda y los objetivos establecidos. Con relación a ello, se evidenciaron dificultades en el trabajo en equipo y desacuerdo de algunos miembros con respecto a los alcances de la propuesta, lo que derivó en debates y reuniones adicionales para compatibilizar los puntos de vista y alcanzar consenso. Esta situación provocó demoras significativas en el cumplimiento del cronograma inicialmente planteado, así como obstaculizó la elaboración de todos los productos solicitados por comisión y su socialización.

En este sentido, se destacan también las dificultades evidenciadas respecto a la articulación con los destinatarios. Si bien los productos elaborados en el marco de estas dos comisiones se presentaron de manera oficial, el acercamiento de los gestores a las herramientas operativas (desarrollo de senderos, guía de observación de aves) fue mayor que con las estratégicas (alianza multisectorial). De todos modos, como aspectos positivos, se lograron generar enfoques y herramientas de aplicación real en los territorios que sirven de apoyo para la planificación turística en esta escala de trabajo. Asimismo, entre los participantes que estuvieron presentes se destacó el compromiso, la comunicación y deliberación conjunta al interior del equipo, para alcanzar los objetivos propuestos. Esto demuestra su interés en el programa y en los beneficios que el mismo esperaba ofrecer a los tomadores de decisión en materia turística.

Como reflexión final, a partir de esta experiencia, se considera que sostener los espacios de participación colectiva contribuye a la mejora de la gestión, pero para ello se requiere necesariamente el reconocimiento de los participantes y el compromiso de los creadores de la propuesta en propiciar los espacios de visibilización de los productos generados. Estos pueden constituirse en indicadores para conocer en qué medida los actores desean involucrarse en los procesos de planificación participativa.



Resumen: La presente publicación contiene los resúmenes de las ponencias presentadas en el X Simposio Internacional y XVI Jornadas de Investigación - Acción en Turismo (CONDET 2022), realizadas entre el 28 y 30 de septiembre de 2022 en la ciudad de Mar del Plata, Argentina. Desde sus inicios, las reuniones científicas auspiciadas por CONDET han sido efectuadas con el fin de generar un espacio de encuentro, debate y difusión de los resultados de investigaciones realizadas en las universidades implicadas en la formación y el estudio del turismo. Como así también han propiciado instancias de diálogo y comunicación de experiencias o buenas prácticas vinculadas a la docencia, extensión y práctica profesional, cuyos resultados han sido relevantes para el medio social-comunitario y la formación profesional.

ISBN 978-987-811-062-2

