

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>



Universidad Nacional de Mar del Plata
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Carrera: Licenciatura en Turismo



MONOGRAFÍA DE GRADUACIÓN

*“Tiempo Libre, Movimiento Slow y
Calidad Turística:
Realidades, Oportunidades y Relaciones”*



Alumna: Melisa D. Sosa
Asesor Docente: Lic. Cristina Murray
Agosto, 2012

“La vida es aquello que pasa
mientras estamos ocupados haciendo otras cosas”

John Lennon.-

A mi familia: mamá Lili, papá Jose, Jime, abues Lili y Elsa, Rosi y Mateo;

Amigas: Gre, Ceci, Flor y Valen, Sil, Nati, Pau, Agus, Dani, Sabri y Sol;

Mi novio Gastón;

Mi perra Sasha;

Amigos de la familia;

Compañeros de trabajo;

Mi asesora de tesis, Lic. Cristina Murray;

Y a los que hoy no están pero estuvieron siempre:

Norma, abuelo Manolo y abuelo Coco.

ÍNDICE

<u>RESUMEN</u>	3
<u>INTRODUCCIÓN</u>	
MOTIVOS Y FUNDAMENTOS	5
OBJETIVOS	6
HIPÓTESIS	6
METODOLOGÍA	6
<u>CAPÍTULO 1: TIEMPO LIBRE, OCIO Y TURISMO</u>	
1.1. TRANSFORMACIONES DEL SIGLO XXI	9
1.2. CONCEPTUALIZACIÓN	12
1.2.1. <i>TIEMPO LIBRE</i>	12
1.2.2. <i>TURISMO</i>	13
1.2.3. <i>RECREACIÓN</i>	19
1.3. EVOLUCIÓN DEL USO DEL TIEMPO LIBRE Y EL OCIO	22
<u>CAPÍTULO 2: MOVIMIENTO SLOW Y TURISMO</u>	
2.1. DEFINICIÓN	27
2.2. FORMAS Y MANIFESTACIONES	28
2.2.1. <i>SLOW FOOD</i>	28
2.2.2. <i>SLOW TRAVEL</i>	29
2.2.3. <i>SLOW CITIES</i>	30
2.2.4. <i>SLOW SCHOOLING</i>	31
2.2.5. <i>SLOW WORK</i>	32
2.2.6. <i>SLOW SEX</i>	32
2.3. MOVIMIENTO SLOW: VALORES Y PRINCIPIOS	33
2.4. RELACIÓN MOVIMIENTO SLOW Y TIEMPO LIBRE	34
2.4.1. <i>MOVIMIENTO SLOW Y TURISMO</i>	34
2.4.2. <i>MOVIMIENTO SLOW Y RECREACIÓN</i>	37
2.5. ESTADO DE LA CUESTIÓN EN ARGENTINA	38
2.5.1. <i>SLOW FOOD</i>	38
2.5.2. <i>SLOW CITIES</i>	41
2.5.3. <i>SLOW TRAVEL</i>	44
2.5.4. <i>RECREACIÓN</i>	46

CAPÍTULO 3: CALIDAD EN TURISMO Y MOVIMIENTO SLOW

3.1. CALIDAD EN TURISMO	48
3.1.1 CONCEPTUALIZACIÓN	48
3.1.2. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	49
3.1.3. SISTEMA ARGENTINO DE CALIDAD TURÍSTICA	50
3.2. SISTEMA DE NORMALIZACIÓN EN ARGENTINA	54
3.3. RELACIÓN NORMAS IRAM-SECTUR Y MOVIMIENTO SLOW	56

<u>CONCLUSIÓN</u>	70
--------------------------	----

ANEXOS

ANEXO I: Entrevista realizada al periodista Carl Honoré	73
ANEXO II: Localización de los Convivium en Argentina	78
ANEXO III: Sistema Argentino de Calidad Turística - Isologos	80

<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	83
----------------------------	----

RESUMEN

El presente trabajo conceptualiza y describe la modalidad del Slow Travel en el marco de la filosofía del Movimiento Slow, como una de las opciones que dan cuenta de las transformaciones del uso del Tiempo Libre en la sociedad contemporánea. Por otro lado, analiza la relación entre los principios y valores que identifican al Movimiento Slow y su presencia-ausencia en las normas de Calidad en Turismo, IRAM-SECTUR.

Para ello se describen los principales aspectos que caracterizan a la sociedad del siglo XXI y se analiza la evolución de los conceptos Tiempo Libre y Ocio. Del mismo modo que se caracteriza al Movimiento Slow y sus modalidades, a nivel internacional y nacional, y se identifican sus principios y valores.

El Movimiento Slow nace en el año 1986, a raíz de una protesta llevada a cabo por el periodista Carlo Petrini por la apertura de un local de Mc Donald' s en la Piazza di Spagna, Roma. En ese mismo año, en París, se dio nombre al movimiento y se diseñó su logo, a partir de la imagen de un caracol. El nombre fue Slow Food y supuso el punto de partida desde el cual más tarde surgirían las Slow Cities, Slow Travel, entre otras.

Constituye una corriente cultural que promueve calmar las actividades humanas, tomar el control del tiempo y encontrar un equilibrio entre la utilización de la tecnología orientada al ahorro del tiempo y tomarse el tiempo necesario para disfrutar de actividades cotidianas; recuperar el goce de vivir sin prisas, disfrutando de la riqueza que supone la diversidad y los pequeños placeres de la vida.

Por último, se introduce el concepto de calidad turística y el sistema de normalización en Argentina, como así también se plasman las Normas IRAM-SECTUR desarrolladas hasta el presente. Según la OMT, la Calidad en Turismo, incluye una serie de factores subyacentes que la determinan, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

- ✓ Motivos y Fundamentos
- ✓ Objetivos
- ✓ Hipótesis
- ✓ Metodología

INTRODUCCIÓN

Como consecuencia de los numerosos cambios en la sociedad actual, que a su vez afectan a los usos del tiempo libre, las prácticas turísticas se han modificado profundamente. En estas prácticas, una de las características más sobresalientes es que las personas quieren ser protagonistas de su tiempo libre y no meros espectadores, quieren vivir sus vacaciones de manera responsable y en mayor contacto con la cultura local del lugar visitado, ya sea a través de las comidas o de modalidades particulares de alojamiento.

Los motivos que justifican la elección del tema para la presente monografía de graduación, parten de la intención de analizar en profundidad parte de la bibliografía propuesta por la cátedra "Dirección y Control de Gestión de Organizaciones Turística", en el año 2006. La misma hace referencia al libro "Elogio de la lentitud" escrito por Carl Honoré en el año 2005, el cual da a conocer características de la filosofía Slow. Además, la asesora de tesis, Licenciada Cristina Murray, es quien propone la posibilidad de relacionar los principios y valores que identifican a dicho Movimiento Slow con el concepto de calidad turística.

En este sentido, se pretende realizar un aporte conceptual y descriptivo que contribuya a ampliar la bibliografía disponible referida a una nueva corriente cultural como el Movimiento Slow en general, y una nueva modalidad turística como el Slow Travel en particular. Asimismo, se observa como dicha filosofía ha crecido en los últimos 20 años en relación a la mayor cantidad de personas, empresas y organizaciones que eligen adoptarla como forma de vida y realización de sus actividades diarias.

Así como el Movimiento Slow es un concepto novedoso, mas precisamente su incorporación a diferentes ámbitos cotidianos, como el de los viajes, la educación, el trabajo; su posible relación con la normativa argentina en calidad turística, resulta aún mas innovador.

En relación a los antecedentes científicos, existe amplia bibliografía en lo referido a nuevas modalidades de turismo en general, no así de Slow Travel en particular. En ese sentido, se encuentra mucha información en artículos electrónicos, no solo sobre Slow Travel, sino también sobre los diferentes ámbitos en los cuales se aplica la filosofía Slow; tanto a nivel mundial como local.

En cuanto a investigaciones anteriores relacionadas con la calidad turística, se pueden encontrar varios artículos y libros que desarrollan el tema en general; a nivel nacional en particular, se puede mencionar la Tesis de Maestría en Desarrollo Turístico Sustentable: "*Sistemas de calidad en turismo. Posibilidades y restricciones de su implementación en Mar del Plata*", presentada por la Mg. Daniela Castellucci en el año 2011; y la publicación "*Calidad en servicios turísticos, Catálogo de experiencias exitosas en implementación de sistemas de gestión de calidad*" propuesta desde la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación en el año 2005.

Objetivos

Los **Objetivos Generales** del presente estudio son:

- Conceptualizar y describir la modalidad del Slow Travel en el marco de la filosofía del Movimiento Slow, como una de las opciones que dan cuenta de las transformaciones del uso del Tiempo Libre en la sociedad contemporánea.
- Analizar la relación entre los principios y valores que identifican al Movimiento Slow y su presencia-ausencia en las Normas de Calidad en turismo, IRAM-SECTUR.

Derivados de los primeros, los **Objetivos Específicos** constituyen:

- Describir los principales aspectos que caracterizan a la sociedad del siglo XXI.
- Definir y analizar la evolución de los conceptos Tiempo Libre y Ocio.
- Investigar origen, características y modalidades del Movimiento Slow y su desarrollo a nivel internacional y nacional.
- Identificar principios y valores que representan al Movimiento Slow.
- Identificar las Normas IRAM-SECTUR desarrolladas hasta el presente y evaluar las pautas de acción prescriptas a la luz de la filosofía del Movimiento Slow en Argentina.

Hipótesis

- Una de las transformaciones en el uso del Tiempo Libre de la sociedad contemporánea se identifica con la modalidad Slow Travel, en el marco de la filosofía del Movimiento Slow.
- Los principios y valores compartidos por el Movimiento Slow están presentes en las normas de Calidad en Turismo de Argentina.

Metodología

La metodología de trabajo adoptada consiste en la revisión de material bibliográfico, incluyendo libros, revistas y tesis especializadas, archivos electrónicos en páginas Web, que realizan un análisis del tema para poder comprender cuales son las características de la relación Tiempo libre – Movimiento Slow – Calidad Turística.

Desde un enfoque cualitativo y luego de realizar una revisión exhaustiva de la literatura, se observa que no hay antecedentes sobre el tema a desarrollar en el presente estudio; con lo cual la investigación se inicia como exploratoria. Se dice que es de **tipo exploratoria**, ya que tiene como objetivo examinar un tema poco abordado desde los viajes y el turismo, como lo es el Movimiento Slow y de esta manera aumentar el grado de familiaridad con dicha corriente

cultural. Asimismo, se busca establecer prioridades para investigaciones posteriores y sugerir afirmaciones verificables¹.

Al mismo tiempo, la investigación es de **tipo descriptiva** ya que se busca describir situaciones tales como el estado del Movimiento Slow en el mundo, y en la Argentina en particular; asimismo, definir cómo es y como se manifiesta dicho fenómeno. Se seleccionan una serie de cuestiones, tales como principios y valores presentes en el Movimiento Slow, las normas IRAM-SECTUR y se observan cada una de ellas independientemente.

La monografía se presenta en tres capítulos, en el primero se resumen las principales características de la sociedad actual, se introducen los conceptos Tiempo Libre, Turismo y Recreación y se describe la evolución del uso del Tiempo Libre y el Ocio.

En el segundo capítulo, se define el Movimiento Slow, específicamente sus formas y manifestaciones a nivel mundial, valores y principios; su relación con el Tiempo Libre y el estado actual en Argentina.

Por último, partiendo de los conceptos de Calidad en Turismo y la normativa de calidad, específicamente las normas establecidas en conjunto por IRAM y la Secretaría de Turismo de Argentina, se analiza la relación entre estas últimas y los principios y valores presentes en el Movimiento Slow.

¹HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2003), *Metodología de la Investigación*, México, Mc Graw Hill.

CAPÍTULO 1:

TIEMPO LIBRE, OCIO Y TURISMO

1.1. TRANSFORMACIONES DEL SIGLO XXI

1.2. CONCEPTUALIZACIÓN

1.2.1. TIEMPO LIBRE

1.2.2. TURISMO

1.2.3. RECREACIÓN

1.3. EVOLUCIÓN DEL USO DEL TIEMPO LIBRE Y EL OCIO

1.1. TRANSFORMACIONES DEL SIGLO XXI

La cambiante sociedad actual, también denominada sociedad de la información, se encuentra caracterizada por un lado, por los continuos avances científicos, entre ellos la bioingeniería, la aplicación de nuevos materiales y la microelectrónica; y por otro, por la tendencia a la globalización económica y cultural, definida por un gran mercado mundial, un pensamiento único neoliberal, apogeo tecnológico y la convergencia digital de toda la información.

Asimismo, se destaca la difusión masiva de la informática y los medios audiovisuales de comunicación en todos los estratos sociales y económicos, a través de los cuales se proporcionan: nuevos canales de comunicación e inmensas fuentes de información, potentes instrumentos para el proceso de la misma, el dinero electrónico, nuevos valores y pautas de comportamiento social, nuevas simbologías, estructuras narrativas y formas de organizar la información. De esta manera se van configurando las visiones del mundo en el que viven las personas, influyendo por lo tanto en sus comportamientos.

Como destaca Castells², frente a una primera revolución industrial sustentada en la máquina de vapor, y una segunda apoyada en la utilización masiva de la electricidad, la actual tercera revolución, que supone el auge del sector terciario, tiene como núcleo básico y materia prima la información y la creciente capacidad de la población para gestionarla.

Por otra parte, la rapidez y el caudal de la recepción de la información aumentan sin cesar, de forma que no está en armonía con el ritmo del pensamiento y de la comprensión de la naturaleza humana. En muchos casos, la actual capacidad de innovación tecnológica, que conlleva una profunda transformación de las personas, organizaciones y culturas parece ir por delante de la valoración de sus riesgos y repercusiones sociales.

En esta sociedad de la información aparece una nueva forma de cultura, la cultura de la pantalla, la cual se superpone a la cultura del contacto personal y la cultura del libro. Además, junto al entorno físico, real, con el que las personas interactúan, se dispone también del ciberespacio, entorno virtual, que multiplica y facilita las posibilidades de acceso a la información y de comunicación.

La humanidad por completo se encuentra en la sociedad de la información, tanto los países más avanzados como los más pobres, lo que ocurre es que cientos de millones de personas, aún no disfrutan de sus ventajas, pero si padecen sus consecuencias.

²CASTELLS, Manuel (1997), *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Ed. Alianza.

A modo de resumen, los principales aspectos que caracterizan a la sociedad de la información son³ :

- Omnipresencia de los "mass media" y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de la sociedad: ocio, hogar, mundo laboral. La transmisión de noticias y de todo tipo de información a través del planeta es inmediata, las computadoras e Internet se han hecho herramientas imprescindibles. Además, esto queda integrado en los nuevos "teléfonos móviles de internauta", quedando siempre al alcance en el bolsillo.
- Sobreabundancia de información al alcance de la mano: resulta más fácil acceder a todo tipo de información como la televisión, prensa, Internet; pero precisamente la abundancia de datos, no todos ellos fiables y bien actualizados, hace difícil seleccionar en cada caso la información más adecuada. Por otra parte, la información se presenta distribuida a través de múltiples medios: mass media, Internet, bibliotecas, etc.
- Continuos avances científicos y tecnológicos en todos los campos del saber: dichos avances fuerzan cambios en la forma de hacer las cosas y en los instrumentos que se utilizan. Las nuevas generaciones poseen muchos conocimientos distintos a los que se destacaban en la vida de sus predecesores.
- El fin de la era industrial: la mayor parte de la población activa de los países en los que se ha consolidado la sociedad de la información trabaja en el sector servicios, con una fuerte dependencia de las nuevas tecnologías para realizar su trabajo. Terminó la era industrial en la que el sector secundario, la producción industrial de bienes materiales, era el más importante de la economía. Ahora los intangibles "información y conocimiento" son valores indispensables para el progreso de las empresas y también para asegurar el bienestar de las personas.
- Libertad de movimiento: la sociedad de la información, sustentada por la voluntad de globalización económica y cultural, trae consigo una creciente libertad de movimiento. Muchas fronteras se diluyen y aumenta la libertad para los movimientos internacionales de todo tipo: personas, mercancías, capitales, pero sobre todo información. Cada vez son más las profesiones que exigen frecuentes desplazamientos por diversos países y especialmente el dominio de varias lenguas. El inglés ya resulta casi indispensable.
- Nuevos entornos laborales: las nuevas tecnologías revolucionan la organización de los entornos laborales y abren grandes posibilidades al teletrabajo. Crece continuamente el número de personas que desarrollan buena parte de su trabajo en su casa, ante una computadora conectada a Internet.

³MARQUES, Peré (2000), *La cultura de la sociedad de la información. Aportaciones de las TIC*, Barcelona, Facultad de Educación, Departamento de Pedagogía aplicada.

Por último, las principales *características de la sociedad actual*⁴ se pueden agrupar bajo los siguientes aspectos:

SOCIO CULTURALES	SOCIO ECONÓMICOS	ASPECTOS POLÍTICOS
<ul style="list-style-type: none">• Continuos avances científicos.• Redes de distribución de la información de ámbito mundial.• Omnipresencia de los medios de comunicación de masas e Internet.• Nuevos patrones para las relaciones sociales.• Mayor información del estado sobre los ciudadanos.• Integración cultural.• Aceptación del “imperativo tecnológico”.• Formación de megaciudades.• Baja natalidad.• Nuevos modelos de agrupación familiar.• Mayor presencia de la mujer en el mundo laboral.• Necesidad de “saber aprender” y de una formación permanente.• Relativismo ideológico.• Disminución de la religiosidad.• Grandes avances en la medicina.	<ul style="list-style-type: none">• Crecientes desigualdades en el desarrollo de los países.• Globalización económica y gran movilidad de mercancías y capitales.• Medios de transportes rápidos y seguros.• Continuos cambios en las actividades económicas. Tendencia a las organizaciones en red.• Uso de las nuevas tecnologías en la mayoría de las actividades humanas.• Incremento de las actividades que se hacen a distancia.• Valor creciente de la información y el conocimiento.• Crecimiento del sector servicios en la economía.• Consolidación del neoliberalismo económico.• Cambios en el mundo laboral: trabajo flexible, nuevas formas contractuales.• Aumento del paro y los fenómenos de exclusión.• Creciente emigración desde los países más pobres a los más ricos.• Toma de conciencia de los problemas medioambientales.• Consolidación del “Estado de Bienestar”.	<ul style="list-style-type: none">• Paz entre las grandes potencias, pero múltiples conflictos locales.• Multiplicación de focos terroristas.• Debilitación de los Estados.• Consolidación de la democracia.• Tendencia a la agrupación.

⁴MARQUES, Perú (2000). Óp. Cit.

1.2. CONCEPTUALIZACION

En primer lugar se realiza un resumen teórico de los principales conceptos, definiciones y tipologías en relación al tiempo libre y el ocio; para luego hacer una descripción de las transformaciones en el uso de los mismos y respecto a la evolución del turismo a lo largo del tiempo.

1.2.1. TIEMPO LIBRE

Dado que existe más de una interpretación respecto al concepto Tiempo Libre, en el presente trabajo se toma la propuesta por Boullón⁵. Dicho autor, plantea abordar el concepto dual desde Tiempo y lo cuantifica; y desde Libertad lo cualifica.

En una primera instancia, lo define como el tiempo total menos el tiempo obligado, compuesto éste último por las obligaciones: primarias (trabajo o estudio), secundarias (viajar, higienizarse, tareas domésticas, etc.) y fisiológicas (dormir, comer, etc.). Con lo cual la igualdad sería la siguiente:

$$TIEMPO LIBRE = TIEMPO TOTAL - TIEMPO OBLIGADO$$

Luego, afirma que el tiempo libre es un número de días o de horas disponibles para el ocio creativo mas el tiempo desperdiciado, ya que no siempre todo el tiempo libre se usa en beneficio del individuo. El ocio creativo o loisir⁶(en latín) indica aquella fracción del tiempo libre que se usa para descansar el cuerpo y el espíritu de un modo activo. En resumen, la igualdad resultaría de la siguiente manera:

$$TIEMPO LIBRE = OCIO CREATIVO O LOISIR + TIEMPO DESPERDICADO$$

Por último, Boullón analiza cómo se conciben y cómo se usan esos días de tiempo libre, ya que observa que muchas veces, el período de vacaciones se interpreta básicamente como la ausencia al trabajo, debidamente remunerada; en lugar de ser algo mas que el mero hecho de no ir a trabajar o representar una situación conflictiva. Durante este período, mucha gente se aburre porque no sabe qué hacer, se quiere estar mejor y progresar sin saber cómo o se aburre porque está solo o no tiene acceso a aquellas formas de diversión que conoce.

Es decir, para que el tiempo libre sea efectivo⁷, debe convertirse en algo diferente de aquel que se emplea para reparar el cansancio físico; se supone que el tiempo libre está financiado por los salarios o retribuciones que se obtienen trabajando y que ese beneficio, cualquiera sea el nivel socio- económico del individuo, alcanzará para usarlo de un modo creativo. En este sentido, a medida que los ingresos familiares descienden, se reducen las posibilidades de usar el tiempo libre para lo que fue creado.

⁵BOULLÓN, Roberto (1998), *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*, México, Editorial Trillas.

⁶BOULLÓN, Roberto (1998), *Óp. Cit.* pág. 54.

⁷BOULLÓN, Roberto (1998), *Óp. Cit.* pág. 120.

En conclusión, propone que se amplíen los sistemas recreacionales y que se pongan al alcance de las mayorías marginadas, para que la sociedad alcance el uso creativo del tiempo libre y deje de ser un producto de consumo suntuario⁸.

Por otro lado, Leif plantea en su definición de tiempo libre, que existen factores determinantes del empleo del mismo, llamados condicionamientos⁹, los más influyentes son:

- Condicionamientos históricos: el hombre está lleno de cumplimientos de rituales por herencia y de costumbres sociales que transmite la educación, por lo cual, el individuo reproduce lo que la sociedad en conjunto recoge del pasado y perpetúa en el presente y en el futuro de cada uno de sus miembros.
- Condicionamientos sociológicos: se identifican con las influencias y presiones sociales que el individuo sufre desde el exterior. De éstos se derivan los determinismos por imitación (la voluntad de reproducir modelos, aunque sean moral o socialmente aceptados, no corresponde a la libre elección de actividades) o sugestión (un medio de acción sutil sobre los demás, se ataca la espontaneidad de las actividades propias del individuo, solicitando la adhesión)
- Condicionamientos psicológicos: se relacionan con las evocaciones de las perspectivas de futuro que influyen sobre las acciones presentes del hombre, este se halla condicionado por sus aprendizajes en los que impera el reflejo provocado por el estímulo.

En síntesis, concluye que tiempo libre¹⁰ debe ser el tiempo para uno mismo, en el que el principio del placer reemplaza al principio del rendimiento, la actividad libre por la explotación de los recursos del ser sustituye al trabajo alienado y se instituye verdaderamente la experiencia de la libertad.

Asimismo, el tiempo libre se puede dividir en dos grandes categorías de acuerdo a las características de las actividades que se desarrollen durante el mismo: Turismo y Recreación, las cuales serán descritas a continuación.

1.2.2. TURISMO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) plantea en el año 1991 la siguiente definición de turismo: *"actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos."*

⁸BOULLÓN, Roberto (1998), Óp. Cit. pág. 130.

⁹LEIF, Joseph (1992), *Tiempo libre y tiempo para uno mismo. Un reto educativo y cultural*, Madrid, Narcea S.A. Ediciones.

¹⁰LEIF, Joseph (1992), Óp. Cit., pág. 4.

Bertoncello¹¹, incorpora a la definición de turismo propuesta por la OMT, no sólo a los turistas, sino también a otros sujetos sociales pertenecientes a una determinada sociedad, sus contextos e intenciones específicas, así como el considerar al turismo en el marco de las características y dinámicas sociales específicas en las cuales el mismo se lleva a cabo, y en las cuales cobra especificidad y sentido.

Desde un enfoque social, De la Torre Padilla¹², afirma que el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultural o salud se traslada de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Para el presente estudio se toman en consideración dos modalidades de turismo propuestas como son el Turismo de Masas y el Turismo Alternativo, incorporando el Turismo Responsable, como una actitud ante la actividad turística por parte de sus protagonistas. El "Slow Travel", modalidad que se explicará posteriormente, posee características comunes a éstas dos últimas y se diferencia claramente del Turismo de Masas.

En primer lugar, el *turismo de masas*¹³ hace referencia al flujo sostenido de grandes cantidades de turistas hacia los destinos turísticos. Si bien este tipo de turismo genera niveles considerables de ingresos y de empleo, la presencia de grandes cantidades de turistas también supone una gran presión para el entorno físico y la cultura de las comunidades de residentes que viven en la zona de destino. A su vez, dicha modalidad mercantiliza igualmente la cultura y las relaciones humanas, por lo cual es muy escaso el contacto que se establece entre visitantes y anfitriones, haciendo que los turistas se conviertan en clientes y para ellos los nativos en objetos curiosos¹⁴.

En contrapartida, surge en la década del 70' una creciente preocupación por los efectos e implicaciones que tiene la actividad turística proponiéndose modalidades alternativas que tiendan a maximizar los impactos positivos de la actividad y minimizar los negativos. A ello se le suma la reacción de comunidades locales y de la sociedad civil antes las crisis globales, las cuales repercuten también en el ámbito del turismo. Así, dichas modalidades alternativas buscan proponer actividades turísticas cuyo desarrollo responda a criterios de sustentabilidad medioambiental.

¹¹BERTONCELLO, Rodolfo (2002), *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas*, Aportes y Transferencias – Tiempo Libre, Turismo y Recreación, UNMDP, FCEyS, Centro de Investigaciones Turísticas, Año 6, Volumen 2.

¹²DE LA TORRE PADILLA (1980), *El turismo. Fenómeno social*, México, Ed. Fondo de Cultura Económica.

¹³JAFARI, Jafar (2000), *Enciclopedia del turismo*, Madrid, Síntesis.

¹⁴JAFARI, Jafar (2000), *Óp. Cit.*, pág. 645

Por lo cual, se puede decir que por un lado se encuentra un turismo convencional y masivo, caracterizado fundamentalmente por¹⁵: una gran cantidad de demanda generalmente concentrada estacionalmente; una sobresaturación de la capacidad de carga de los atractivos; poco respeto hacia el medio ambiente y el paisaje; destinos desorganizados territorialmente y/o con urbanizaciones de fuerte impacto negativo y alta dosis de artificialidad en el entorno y en los atractivos.

En oposición, el modelo alternativo, materializado en diferentes modalidades, todas las cuales buscan contribuir a un desarrollo sustentable, se caracterizan por¹⁶: gran respeto hacia el entorno y el paisaje; estar destinado a segmentos de demanda específicos y reducidos; interés por espacios conservados; promover atractivos específicos y diferenciados; contacto mas intenso entre turistas y poblaciones y entornos locales, lo cual le da un carácter más autentico a las experiencias y vivencias; no tener tan marcada estacionalidad; estar compuesto por actividades diversas y heterogéneas y que desde el punto de vista del turista es más participativo, personalizado y exótico, requiriendo así de servicios altamente especializados.

El *turismo alternativo*¹⁷, según JafarJafari, se sustenta sobre seis criterios principales; los cuales tienen que ver con los siguientes ámbitos:

- Motivación: es la inspiración que lleva a tomar la decisión de viajar y se relaciona con una búsqueda de originalidad frente a las prácticas convencionales.
- Segmentación del mercado y el producto: dentro de esta modalidad de turismo se distinguen distintos grupos de turistas, ya sean los llamados "mochileros", los que se inclinan por el turismo aventura o el ecoturismo
- Diferenciación: en cuanto al destino de las vacaciones y la localización, se busca una experiencia más auténtica, eligiendo para ello espacios protegidos donde se preserven las tradiciones locales.
- Alojamiento: se prefieren aquellas modalidades más originales, las cuales pueden ser viviendas locales, hoteles familiares, hoteles rurales o campamentos.
- Touroperadores especializados: trabajan con objetivos específicos y según el país y el producto que se ofrezca, puede tratarse de organizaciones sin ánimo de lucro o agencias de viaje y tour operadores cuya filosofía se expresa con conceptos como la preservación y el reciclado.
- Desarrollo sostenible: principio sobre el cual se rige la relación entre el turismo y el medio ambiente local.

¹⁵PINGEL, Cecilia (2007), *Turismo Solidario en el marco del Turismo Responsable. Contextos, Conceptos y Aplicaciones*, Monografía de Graduación, UNMDP.

¹⁶Ibídem.

¹⁷JAFARI, Jafar (2000), Óp. Cit., pág. 636.

Por último, el *turismo responsable*¹⁸ surge como respuesta a los efectos negativos que el turismo de masas produce sobre las comunidades locales. Así, el término responsabilidad aduce a reducir al mínimo dichos impactos mediante conductas tales como: usar las instalaciones locales, aprender los comportamientos culturales apropiados y mostrar sensibilidad hacia el medio ambiente, pudiendo establecer los turistas relaciones positivas con sus anfitriones. En este sentido, la Asociación Italiana Turismo Responsable (AITR)¹⁹ lo define como aquel realizado según los principios de justicia social y económica y en total respeto del medioambiente y de las culturas; trabaja para favorecer el positivo intercambio entre la industria del turismo, las comunidades locales y los viajeros.

El turismo responsable constituye el marco que contiene y precede al turismo solidario, esta última modalidad suele confundirse con términos afines tales como el turismo justo; pero mientras que el *turismo solidario* hace referencia a una modalidad turística, el turismo justo alude a un sistema de producción. La solidaridad, característica que define básicamente al turismo solidario, posee una doble direccionalidad²⁰:

- Con los destinos turísticos en particular y desarrollo del destino en general; implica un objetivo de utilidad colectiva.
- Entre los turistas y la comunidad hospedante; tomando forma de un turismo de encuentro e intercambio.

El *turismo justo*²¹ se define como cualquier actividad o transacción de la cadena turística donde participan agentes locales, aplicándose los principios de equidad y de justicia distributiva, asumiendo los principios del desarrollo sostenible y el respeto de los derechos humanos.

En relación a las características de los usuarios turísticos, se entiende por *motivación*²² el conjunto de elementos o factores internos que determinan el desplazamiento del individuo hacia ciertos lugares o el situarse en ellos como turista, respondiendo a un estímulo exterior a él. Existen diferentes motivaciones que estimulan la elección de viajar, las cuales son reflejo de la personalidad del turista y sus perfiles socio-económicos.

Boullón, distingue las *causas que inducen al hombre a viajar*²³, diferenciando, por un lado, aquellas de orden práctico, que transforman al viaje en una obligación (razones de salud, negocios, trabajo, etc.) y por otro, las que pueden considerarse como netamente turísticas, las cuales tienen las siguientes motivaciones psicológicas:

¹⁸JAFARI, Jafar (2000), Óp. Cit., pág. 656.

¹⁹Definición adoptada en la asamblea de la AITR el 09 de Octubre de 2005 en Serbia.

²⁰PINGEL, Cecilia (2007), Óp. Cit., pág. 75.

²¹PINGEL, Cecilia (2007), Óp. Cit., pág. 92.

²²WALLINGRE, Noemí y TOYOS, Mónica (1998), *Diccionario de turismo, hotelería y transportes*, Buenos Aires, MPS.

²³BOULLÓN, Roberto (1998), Óp. Cit. pág. 97.

- Por razones culturales o educacionales: se refiere tanto al deseo de conocer o volver a visitar lugares o cosas de las cuales se tiene un conocimiento previo preciso, como los viajes para asistir a un congreso, seminario o curso.
- Por salud: incluye a las personas que viajan sin estar enfermas a centros especializados de salud.
- Por deseo de cambio: responde a la búsqueda de algo que compense los sentimientos de rechazo, ya sea hacia el medio ambiente del trabajo, como hacia la rutina de la vida cotidiana y el núcleo de la vida social y/o familiar.
- Para efectuar compras: se relaciona con la adquisición de cosas típicas del lugar que se visita y con las compras de artículos conocidos a menor precio.
- Por hedonismo: incluye formas muy variadas, desde pasarla bien, comer bien, tomar sol, conocer gente amable hasta simplemente no hacer nada.
- Para descansar: como respuesta a un sentimiento de agotamiento consecuencia de la edad, el trabajo, la familia o la vida urbana.
- Para practicar deportes: es el caso de aquellas personas que ya han adquirido una habilidad y viajan atraídas por las características particulares de algún sitio para practicar su deporte favorito. Siendo ésta la única actividad que se espera realizar durante el viaje.
- Para conocer: éste es el impulso más común que siente toda persona al emprender un viaje.

Por otro lado, el término *necesidad*²⁴ es un estado de privación percibida, es una condición interna que resulta de la carencia de algo, la que una vez satisfecha, tendería a mejorar el bienestar del individuo. En forma colectiva, son determinantes de la motivación del turista. Según Kotler²⁵, las necesidades pueden clasificarse en: básicas (en su mayoría físicas), sociales (pertenencia, afecto, diversión y descanso), de prestigio, reconocimiento y fama, y por último necesidades individuales (de conocimiento y auto- expresión).

Los expertos en marketing prestan especial atención a la pirámide de necesidades²⁶ diseñada por Abraham H. Maslow, dicho autor propone que las necesidades del ser humano están jerarquizadas y escalonadas de forma tal que cuando quedan cubiertas las necesidades de un orden es cuando se empiezan a sentir las necesidades del orden superior.

²⁴MATHIENSON, A. y WALL, G. (1990), *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*, México, Trillas.

²⁵KOTLER (1997), *Análisis, Planificación, Gestión y Control de Marketing*.

²⁶MARTÍNEZ COLL, Juan Carlos (2001), *Las necesidades sociales y la pirámide de Maslow en la Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes*.

La jerarquía de necesidades se representa de la siguiente manera:



Fuente: Wikipedia.com

Las necesidades identificadas por Maslow son las siguientes:

- **Fisiológicas**: constituyen la prioridad del individuo y se encuentran relacionadas con su supervivencia. Dentro de éstas, se encuentran necesidades como la alimentación, el saciar la sed, el mantenimiento de una temperatura corporal adecuada, entre otras; y también se encuentran las de otro tipo como los son el sexo, la maternidad o las actividades completas.
- **de Seguridad**: con su satisfacción se busca la creación y mantenimiento de un estado de orden y seguridad; incluyen las necesidades de estabilidad, de tener orden y protección, entre otras. Éstas se relacionan con el temor de los individuos a perder el control de su vida y están íntimamente ligadas al miedo.
- **Sociales**: una vez satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad, la motivación se ve influida por las necesidades sociales. Éstas tienen relación con la necesidad de compañía del ser humano, con su aspecto afectivo y su participación social. Dentro de ellas se encuentran, por ejemplo, las de comunicarse con otras personas, establecer amistad con ellas, manifestar y recibir afecto, vivir en comunidad, pertenecer a un grupo y sentirse aceptado dentro de él.
- **de Reconocimiento**: también conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima; radican en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener

prestigio y destacarse dentro de su grupo social. De igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.

- de Auto Superación: también conocidas como de autorrealización o auto actualización, se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

Respecto a la relación del turista con las personas y los objetos, se puede decir que las relaciones interpersonales entre turistas y anfitriones, si bien son temporales, pueden ser interesantes y ofrecer ventajas para ambas partes. Acerenza destaca que, entre los aspectos positivos del turismo²⁷ en el plano sociocultural, el mismo favorece los intercambios culturales, origina un disfrute amistoso y responsable, así como refuerza vínculos entre los países.

Al igual que con las personas, el contacto del turista con las cosas, es discontinuo; ya que, especialmente en los viajes itinerantes, el cambio constante de lugar afecta el sentido de continuidad del turista. De esta manera, la relación turista – lugar es casi inexistente, porque para que ello exista se necesita la permanencia del sujeto en el objeto, lo cual resulta imposible cuando la ruta de viaje impone la presencia efímera en cada punto del itinerario²⁸.

En relación al tiempo, en general, el viajero se une a una excursión programada, que si bien la misma propone que todo el tiempo se dedique a pasear, lo hace en base a un horario fijo para cada cosa. En consecuencia, el sujeto deja de hacer lo que efectivamente tiene ganas de hacer en el momento que le plazca.

Por eso, es importante la flexibilización en la programación de actividades, organizando únicamente lo referido a traslados, estadía en la ciudad y reserva de hoteles; dejándole al individuo la oportunidad de tener la libertad y el placer de resolver el resto del tiempo según sus gustos. A diferencia de los traslados en avión, autobús o tren, los cuáles tienen tiempos fijos; el viaje en auto puede convertirse en paseo, ya que permite adecuar la velocidad para ver el paisaje y detenerse en los puntos de mayor interés²⁹.

1.2.3. RECREACIÓN

En palabras de Romero, la recreación³⁰ alude a cualquier forma de experiencia agradable o actividad a la que el individuo se dedica por el goce personal y la satisfacción que directamente le produce, es una aplicación constructiva del tiempo libre.

Acerenza por su parte, entiende que la recreación³¹ refiere a cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, en una actitud placentera, siendo por lo tanto el turismo una

²⁷ACERENZA, Miguel (1984), *Administración del turismo. Conceptualización y organización*, México, Editorial Trillas.

²⁸BOULLÓN, Roberto (1998), Óp. Cit. pág. 109.

²⁹BOULLÓN, Roberto (1998), Óp. Cit. pág. 117.

³⁰ROMERO, Héctor M. (1977), *Sociopsicología del turismo*, México, Ediciones Daimón de México S.A.

³¹ACERENZA, Miguel, (1984), Óp. Cit. pág. 32.

forma particular de recreación; ya que no cubre todas las formas posibles de que dispone el hombre para recrearse en su tiempo libre.

Se dice que la recreación se diferencia de la diversión de acuerdo a la actitud que el individuo asume ante ellas, ya que, la diversión no requiere de respuestas íntimas de la persona. Como la recreación, produce placer, pero al no ser creativa degenera y puede volverse destructiva de la personalidad, propiciando el vicio.

El vicio³² es entendido como lo opuesto a la recreación, es toda actividad destructiva del individuo, es realizar con constancia una misma actividad perjudicial.

Retomando la definición de Romero de recreación, cuando menciona que la misma es cualquier forma de experiencia agradable, esta haciendo referencia a un elemento básico que es el placer. Por lo cual, si la recreación es placentera, surgen los otros elementos que componen su definición: una actividad que aporta satisfacción inmediata y directa, en la que el individuo participa voluntariamente y está dispuesto a dedicarle su tiempo libre.

En cuanto a los tipos de actividades³³, si bien la demanda recreacional está siempre constituida por personas que residen en la misma ciudad, Boullón manifiesta que se pueden distinguir distintos tipos, a saber:

- Recreación masiva: incluye aquellas ciudades que cuentan con playas, la asistencia a espacios públicos o fiestas populares.
- Recreación selectiva: abarca a las personas que van a un club o casas de fin de semana, ya que para poder ingresar se requiere ser socio y en el segundo caso ser propietario de la casa o pertenecer al círculo familiar o amistoso del dueño.
- Recreación popular: se produce espontáneamente a través del flujo de personas que se vuelca a las calles buscando que hacer, es la que incluye a la mayoría de las personas.
- Recreación social: ésta requiere la participación del Estado para crear colonias de vacaciones destinadas a los jóvenes o centros recreacionales para la tercera edad, los cuales brindan servicios programados, dirigidos por expertos en recreación.

Respecto a las modalidades, la mayor parte de las actividades recreacionales son de carácter urbano, pero existen también las excursiones recreacionales³⁴, aquellas que se pueden realizar en la periferia de las ciudades, siempre que el radio de influencia no exceda las dos horas de distancia tiempo, para un viaje promedio de ida o vuelta en el día. En cambio, las excursiones turísticas³⁵ son las que se hacen para visitar un lugar cercano a un centro turístico, regresando a dormir al hotel.

³³BOULLÓN, Roberto (1998), Óp. Cit. pág. 95.

³⁴Ibidem.

³⁵Ibidem.

Algunas de las *prácticas recreativas*³⁶ pueden realizarse en la propia casa o en la de otras personas, ya sean familiares o amigos. Incluye también la asistencia a festejos y fiestas públicas, organizados para celebrar fechas patrióticas, acontecimientos religiosos o espectáculos deportivos. Asimismo, se consideran las visitas a centros comerciales, ya sea con la finalidad de comprar o simplemente pasear. De esta manera la actividad elegida estará relacionada con la motivación del individuo para elegir una u otra, o más de una.

Por último, al mismo tiempo que existen causas que inducen al hombre a viajar, Boullón distingue las motivaciones por obligación y psicológicas que promueven el desarrollo de las actividades recreativas, mencionando entre las *motivaciones psicológicas*³⁷ las siguientes:

- Por hastío: comprende estados de ánimo negativos originados por problemas personales y/o familiares, disconformidad con el trabajo, falta de recursos económicos y su consecuente sensación de impotencia frente a esas dificultades. Por lo cual el individuo busca en la ciudad algún factor que compense la solución a aquellos problemas.
- Para efectuar compras: se refiere a las compras que realiza el individuo para regalar o por el solo hecho de gratificarse a si mismo, de esta manera, se excluyen las compras para el abastecimiento de la casa.
- Para pasear: por lo general se piensa en alguna salida al aire libre, por ello es importante que la ciudad ofrezca múltiples alternativas para que el paseo no se transforme en algo rutinario.
- Para hacer visitas: se requiere que la visita sea voluntaria, es decir, que no sea de carácter obligatorio, por razones sociales o de trabajo. Abarca también el recibir visitas en la propia casa, siempre que la persona que llega sea agradable.
- Por diversión: junto a la motivación de pasear ésta es una de las más frecuentes, puede realizarse tanto dentro como fuera del hogar e incluye todas aquellas que al individuo le produzcan placer; ya sea a través de manualidades, la práctica de algún hobby, asistir al teatro, cine o fiestas.
- Para practicar deportes: se limita a aquellos deportes que pueden practicarse en la planta instalada en la ciudad del individuo y/o en su entorno inmediato.
- Por razones culturales: tiene que ver con la asistencia a congresos y conferencias, cursos de corta duración, exposiciones, etc.

³⁶Ibídem.

³⁷BOULLÓN, Roberto (1998), Óp. Cit. pág. 100.

Dado que el placer es el resultado de la realización de alguna necesidad básica de la persona, Romero distingue cinco necesidades humanas que la recreación puede satisfacer³⁸:



1.3. EVOLUCIÓN DEL USO DEL TIEMPO LIBRE Y EL OCIO

Desde el siglo XVII hasta comienzos del siglo XX, la práctica del viaje o “grand tour”, se encontraba motivada por el valor del conocimiento para la formación personal, el reconocimiento de lo diferente como algo observable; el destino predominante era Europa, fuente de la cultura antigua y renacentista. De esta forma, el viaje permitía el acceso y pertenencia a un grupo social que se distinguía de los demás, no solo por su posición económica, sino también por la posesión de conocimientos y experiencias compartidas³⁹.

Avanzado el siglo XX, se irá consolidando el turismo masivo, comprendido en un marco de sociedad en la cual existe una esfera del ocio opuesta al mundo del trabajo, comienza a concebirse el turismo como un derecho laboral y social. La actividad turística se caracterizaba por ofrecer vacaciones estandarizadas, las motivaciones de los turistas se enfocaban principalmente en la búsqueda de sol y playa; se priorizaban los precios reducidos ante la calidad del producto, y para ello los operadores turísticos ofrecían paquetes rígidos que permitían mantener un bajo costo de producción.

El turismo de masas se desarrolló de diferentes formas en Estados Unidos y en Europa. En el primer caso, los principales actores que lo impulsaron fueron las cadenas hoteleras, las cuales ofrecían un servicio estandarizado; en cualquier lugar del mundo el turista podía contar

³⁸ROMERO, Héctor M. (1977), Óp. Cit. pág. 72.

³⁹BERTONCELLO, Rodolfo (2002), Óp. Cit. pág. 33.

con las mismas comodidades que en su lugar de residencia. Los viajes eran principalmente dentro de Estados Unidos.

En Europa se destacaron los tour operadores, estos ejercían un control sobre la oferta en el destino y la compañía aérea que utilizaban para viajar. Ofrecían paquetes que incluían transporte aéreo y alojamiento con el servicio de all inclusive ("todo incluido" en español), generalmente se trataba de viajes hacia el Mediterráneo.

Este fenómeno fue impulsado principalmente por los avances tecnológicos, en las telecomunicaciones por ejemplo, que facilitaron la estandarización de los servicios turísticos, su gestión y distribución global. Asimismo, otros factores externos como las vacaciones pagas, el incremento en el uso de tarjetas de crédito, etc., permitieron el desarrollo del turismo de masas, con el cual mayor cantidad de personas acceden a la práctica turística.

Con el tiempo comienza a desaparecer el turismo de masas, como consecuencia que las vacaciones son más flexibles, el turista puede decidir cuando viajar; las exigencias son más individuales por lo cual los productos turísticos son más personalizados y las acciones de marketing están orientadas a nichos específicos de mercado.

Los destinos nuevos proporcionan al viajero mayor variedad y opciones de menor costo para destinos establecidos. El progreso multidimensional busca la verdadera integración de centros de compras y recreación, espectáculos y educación, y culturales, de negocios y congresos. Los destinos turísticos comienzan a proporcionar una amplia variedad de actividades para realizar, independientes del clima del destino.

En relación al perfil del turista, este se caracteriza por estar más informado y experimentado, posee motivaciones más complejas, consideran al entorno y la cultura local como parte de la experiencia turística. Al estar más y mejor informado, el turista quiere participar: aprender de las experiencias nuevas, relacionarse con la comunidad y aprender acerca del destino y apreciarlo en un nivel más profundo.

Resumiendo, se pueden identificar cinco fuerzas fundamentales que impulsan la nueva orientación del turismo⁴⁰:

- Consumidores: cada vez los viajeros están más informados y experimentados, con una gran diversidad de necesidades y deseos; son más conscientes del entorno que los rodea, de los problemas de conservación medioambiental y cultural; tienen como prioridad la atención personal y la calidad del servicio. Por otro lado, no toleran las limitaciones impuestas por los paquetes turísticos estandarizados, sino que esperan mayor elección y flexibilidad. El aumento del tiempo de ocio en países desarrollados influye en que los viajes se realizan a lo largo de todo el año y más frecuentemente.
- Operador Turístico: éste debe adaptarse a las necesidades e inquietudes que plantea el turista. Es necesario crear nuevos productos turísticos orientados a los diferentes

⁴⁰OMT (1998), *Introducción al Turismo*.

segmentos del mercado; nuevos productos que se caracterizan por ofrecer mayor variedad en los tipos de destinos, servicios destinados a un mercado maduro, hechos a la medida de cada turista, incluyendo viajes de aventura en contacto con la naturaleza, ejercicio, medio ambiente, etc.; adaptados a vacaciones más breves y frecuentes a lo largo del año.

- **Tecnología:** mientras que en el turismo de masas la tecnología estaba enfocada hacia la producción estandarizada y los sistemas de gestión internos de la empresa, en la nueva era del turismo es utilizada para facilitar una producción más flexible, para optimizar la capacidad de ocupación y para responder a las expectativas de los diferentes grupos de consumidores. El principal objetivo es la implantación de sistemas globales de información y comunicaciones de rápida difusión.
- **Gestión:** en el turismo de masas las características de los productos estaban determinadas por los proveedores que buscaban una reducción de costos y poder ofrecer precios competitivos; el sector estaba dominado por amplias organizaciones integradas verticalmente. La gestión se centraba en maximizar los beneficios a través del volumen de ventas realizado. En la nueva era del turismo existe una creciente segmentación del mercado y una mayor experiencia en los viajeros; es necesaria una producción más flexible, a través por ejemplo de la integración diagonal, las empresas se extienden hacia diversas actividades, obteniendo ventajas de los sistemas y sinergias resultantes. La gestión trata de maximizar los beneficios por medio de un segmento objetivo adecuado y dando una respuesta completa a las expectativas.
- **Entorno:** comienza a disminuir la intervención pública en el sector. Asimismo, el impacto de la actividad turística provoca una toma de conciencia acerca de la importancia de preservar el entorno natural donde ésta se desarrolla. Por tal razón, se da lugar a nuevas formas de turismo, turismo sustentable, ecoturismo, etc., en las que existe una mayor concientización por el entorno medioambiental sustentable que constituye la base del turismo.

Asimismo, según la OMT (1997), los factores determinantes e influencias más importantes en relación con la actividad turística internacional durante el periodo 1995 - 2020 se pueden agrupar en:

- **Económicos:** tasas de crecimiento económico mundial que continuarán siendo de moderadas a buenas; crecimiento de la diferencia entre países ricos y pobres; extensión de la armonización monetaria.
- **Tecnológicos:** desarrollo de la tecnología de la información; adelantos en las tecnologías del transporte.
- **Políticos:** eliminación de barreras para los viajes internacionales; desregulación del sector transportes y de otro tipo.

- Demográficos: envejecimiento de la población y reducción de la población activa en los países industrializados, induciendo una mayor emigración de Sur a Norte; erosión del tradicional hogar occidental.
- Globalización: creciente poder de las fuerzas económicas y de mercado de carácter internacional, con la consiguiente reducción del control por parte de los países individuales y de empresas no extendidas mundialmente.
- Localización: conflicto, en los países en desarrollo, entre identidad y modernidad; exigencia de reconocimiento de sus propios derechos por parte de grupos, definidos por características étnicas, religión y estructuras sociales.
- Conciencia Socioeconómica: incremento de la concienciación pública en cuestiones socioculturales y medioambientales; más información proveniente de los medios de comunicación acerca de los problemas más importantes del mundo.
- Entornos de vida y de trabajo: creciente congestión urbana en los países industrializados y, especialmente, en los países en desarrollo.
- Comercialización: utilización de tecnología electrónica para identificar y comunicar sectores y nichos de mercado.

Todos estos factores en combinación, producirán una polarización de los gustos y oferta turísticos, de forma que progresará el turismo individualizado tanto a gran escala, de carácter medio y para volúmenes pequeños.

CAPÍTULO 2:

MOVIMIENTO SLOW Y TURISMO

2.1. DEFINICIÓN

2.2. FORMAS Y MANIFESTACIONES

2.2.1. SLOW FOOD

2.2.2. SLOW TRAVEL

2.2.3. SLOW CITIES

2.2.4. SLOW SCHOOLING

2.2.5. SLOW WORK

2.2.6. SLOW SEX

2.3. MOVIMIENTO SLOW: VALORES Y PRINCIPIOS

2.4. RELACIÓN MOVIMIENTO SLOW Y TIEMPO LIBRE

2.4.1. MOVIMIENTO SLOW Y TURISMO

2.4.2. MOVIMIENTO SLOW Y RECREACIÓN

2.5. ESTADO DE LA CUESTIÓN EN ARGENTINA

2.5.1. SLOW FOOD

2.5.2. SLOW CITIES

2.5.3. SLOW TRAVEL

2.5.4. RECREACIÓN

2.1. DEFINICIÓN

El Movimiento Slow (“despacio” en español) es una corriente cultural que promueve calmar las actividades humanas, tomar el control del tiempo y encontrar un equilibrio entre la utilización de la tecnología orientada al ahorro del tiempo y tomarse el tiempo necesario para disfrutar de actividades tales como dar un paseo o compartir una comida con otras personas.

Los defensores de este movimiento creen que, aunque la tecnología puede acelerar el trabajo, así como la producción y distribución de comida y otras actividades humanas, las cosas más importantes de la vida no deberían acelerarse. Recuperar el goce de vivir sin prisas, disfrutando de la riqueza que supone la diversidad y los pequeños placeres de la vida.

Los partidarios del Movimiento Slow animan a la actividad, más que a la pasividad. Por lo tanto, su enfoque radica en ser selectivos en la actuación y en ser plenamente conscientes de cómo invierte cada uno su tiempo.

El Movimiento Slow nace en el año 1986, a raíz de una protesta llevada a cabo por el periodista Carlo Petrini por la apertura de un local de Mc Donald’ s en la Piazza di Spagna, Roma. En ese mismo año, en París, se dio nombre al movimiento y se diseñó su logo, a partir de la imagen de un caracol. El nombre fue Slow Food y supuso el punto de partida a partir del cual más tarde surgirían las Slow Cities.

Este movimiento, surge como reacción a un ritmo de vida dinámico. El estrés, considerado por muchos especialistas como la enfermedad del siglo XXI, y las costumbres estadounidenses de recurrir a la comida rápida, almorzar mientras se camina y pasar el domingo en un centro comercial, terminaron penetrando la cultura latina, tradicionalmente más sosegada.

Rechaza por tanto que en todos los países se haya extendido el estilo de vida estadounidense, que se plasma en una vestimenta uniformizada, en la moda de pasar todo un día en un centro comercial consumiendo sin parar, en un mayor aislamiento y menor comunicación entre los miembros de la comunidad; en la imitación de costumbres, jergas y valores que transmite el gigante americano y, por consiguiente, el abandono de lo autóctono.

Los seguidores de este movimiento tienen un libro de cabecera, “Elogio de la lentitud”, del escritor canadiense Carl Honoré⁴¹. La obra, publicada en 2005 y traducida a 25 idiomas, indaga la historia de la relación cada vez más dependiente del tiempo y aborda las consecuencias y la dificultad de vivir en una cultura acelerada.

⁴¹Ver ANEXO I.

2.2. FORMAS Y MANIFESTACIONES

2.2.1. SLOW FOOD

El primer ámbito en el que se centró el Movimiento Slow fue en el de la alimentación, contraponiendo el slowfood al fastfood, es decir, los alimentos de calidad, con denominación de origen, bien cocinados y acompañados por un buen vino y una presentación agradable y cuidada a las hamburgueserías o la comida de buffet. Slow Food (“comida lenta” en español) nace en Italia en 1986 y en 1989 se convirtió en una organización sin fines de lucro. Se opone a la estandarización del gusto promoviendo la difusión de una nueva filosofía del gusto que combina placer y conocimiento.

Esta corriente propone también disfrutar de la comida en compañía de otros, ya que muchas veces las personas comen solas, frente a la computadora o el televisor, leyendo, manejando o trabajando; y si es en familia, en muchas casas el integrante principal es el televisor, al que todos prestan atención, miran y escuchan, sin hacerlo entre sí. Al mismo tiempo, trata de defender la diversidad de los cultivos y las materias primas. En el caso de éstas últimas, en el sentido que, la aceleración comienza desde la granja, al utilizarse pesticidas, fertilizantes químicos, hormonas del crecimiento, modificación genética, todo ello para reducir el costo y hacer que el ganado o la cosecha crezcan mucho más rápido en lugar de darle el tiempo natural que necesitan.

Actualmente, Slow Food trata el concepto de alimentos Buenos, Limpios y Justos, el que define de forma elemental las características a las que debe responder un producto para formar parte de la “eco-gastronomía”:

“Bueno” hace referencia a las sensaciones de placer que derivan de las cualidades organolépticas del producto, pero también de la complejidad de sentimientos, recuerdos e implicaciones de identidad derivadas del valor cultural del alimento.

“Limpio”, es decir, un producto obtenido de forma sustentable a través de la utilización de prácticas amigables con el medio ambiente.

“Justo” conforme a los conceptos de justicia social en todos los eslabones de la cadena productiva.

Slow Food está presente en más de 50 países y cuenta con más de 80.000 socios. En Italia, por ejemplo, existen 35.000 inscriptos, subdivididos en 330 sedes locales llamadas Condotte (“conductas” en español). En el resto del mundo, estas sedes locales se denominan Convivia; estas constituyen la manifestación local de la filosofía de Slow Food y las cerca de 1.000 que hay en todo el mundo conforman el centro neurálgico del movimiento.

Además, las asociaciones del movimiento organizan ferias gastronómicas, siendo la más importante la del Salón del Gusto, en Turín, Italia. El proyecto más importante llevado a cabo

por Slow Food es el “Arca del Gusto”, un censo de productos alimenticios locales amenazados de extinción.

Asimismo, se realiza una reunión cada dos años denominada Terra Madre. En este evento se congregan productores, artesanos, cocineros y otros adherentes al movimiento de todo el mundo. En la edición del año 2006, llevada a cabo en Turín, se contó con la presencia de más de 6.000 personas interesadas en recuperar una calidad de vida que los habitantes del planeta han perdido hace mucho tiempo.

En cuanto a la educación, en el año 2004, se ha creado en Italia, la Universidad de Ciencias Gastronómicas para ofrecer un programa universitario multifacético sobre la ciencia y la cultura de la alimentación, un medio suplementario para reunir la innovación y la investigación de los sectores universitarios y científicos, con los sabores tradicionales de las granjas y de los productores alimentarios, a fin de contribuir al nacimiento de una nueva generación de productores alimentarios por todo el mundo.

Slow Food también ha creado una red de restaurantes llamados KM0, cuyo objetivo es promover que se compre directamente al productor, para valorar de forma justa su trabajo y enriquecerse mutuamente. Algunos requisitos indispensables para formar parte de esta red son: el uso de ingredientes que recorran un máximo de 100 kilómetros desde su lugar de origen o producción hasta el restaurante (para ayudar a la reducción de emisiones de gases invernadero en la atmósfera), el empleo del mayor número posible de ingredientes ecológicos, la total oposición al uso de ingredientes genéticamente modificados o transgénicos y la promoción de la gestión de residuos para su correcto reciclaje.

2.2.2. SLOW TRAVEL

No existe una institución formal del Slow Travel (“viaje lento” en español), pero sí muchos blogs en Internet que intercambian experiencias y comentarios. Para esta modalidad, el actor principal es la persona y no el paquete turístico, de manera que cuando se habla de producto turístico el componente primordial es el atractivo cultural, complementándose con otros atractivos, entre ellos el paisaje, los servicios, etc.

Los fundamentos del Slow Travel se vinculan también con principios ecológicos y de conservación del medio ambiente, en este sentido se puede relacionar con el Programa NDR (No Deje Rastros) el cual será descrito en el capítulo de Calidad Turística; debe ser un turismo responsable, que genere el menor impacto sobre la naturaleza y las comunidades locales; tal como lo expresa Jafari en su definición de turismo responsable, mencionada anteriormente.

Se puede decir que en cuanto a la relación turista – lugar que plantea Boullón, es existente ya que el viajero slow participa del entorno local y su cultura; lo mismo sucede con la relación turista – tiempo, en este caso, la misma es flexible siendo que se oponen a las excursiones programadas. En fin, se trata de viajar sin prisas, conociendo los destinos y recuperando uno de los determinantes de la motivación del turista: el crecimiento personal y la búsqueda de una experiencia auténtica.

2.2.3. SLOW CITIES

Otra clave de la filosofía Slow es la defensa de la diversidad en las costumbres, el folklore y la lengua. Así, el Movimiento Slow ha impulsado también la creación de las Slow Cities ("ciudades lentas" en español). Entre sus objetivos se incluye mejorar la calidad de vida en las ciudades resistiendo a la homogeneización y la americanización, donde las franquicias predominan; y rechazar las grandes superficies en favor de los pequeños comerciantes de la localidad, favoreciendo así los productos autóctonos.

Las ciudades que cuentan con este distintivo ofrecen al habitante y al visitante una calidad de vida que se plasma en la abundancia de zonas peatonales y zonas verdes, el cuidado de la gastronomía y la cultura autóctona, y el esfuerzo por mantener un ambiente tranquilo y cálido, lo más libre posible de ruido y contaminación.

Para que un municipio sea declarado Slow debe cumplir ciertos requisitos de carácter legislativo, medioambiental y turístico, a saber: tener una población inferior a 50.000 habitantes, no ser capital, implementar restricciones respecto al tránsito vehicular, incluyendo zonas exclusivamente peatonales y el casco antiguo, generar políticas de infraestructuras respetuosas con las características de la ciudad y fundamentalmente proteger el medioambiente, entre otros. También pueden adoptar tal calificación, barrios o sectores de ciudades grandes, en los cuales sus pobladores deseen una mayor calidad de vida, en este sentido, se han aprobado también las categorías de "Seguidores de las Cittaslow" y "Amigos de las Cittaslow".

Una vez que consigue ser aceptada, la ciudad puede utilizar el logo de la asociación, un caracol naranja que carga sobre su caparazón un conjunto urbano. Este sello actúa como un certificado de calidad y atracción de un turismo que busca este tipo de destinos. La organización dispone de inspectores que visitan de manera regular a sus miembros para asegurarse de que se mantienen los estándares de conducta slow.

La primera ciudad que se apuntó a este fenómeno fue Bra, en Italia. Empezó a predicar con algunos ejemplos: el reloj de su plaza está retrasado 30 minutos, todas las tiendas cierran los jueves y los domingos, los coches no pueden acceder al centro para evitar el estrés y cientos de caracoles (símbolo del movimiento) andan a su antojo por toda la ciudad.

Italia, como país de origen del movimiento, posee el mayor número de ciudades asociadas, en concreto, 69 ciudades. Canadá, EEUU, Sudáfrica, Corea del Sur y Australia

también están integrados; Europa, Alemania, Polonia y España encabezan la lista con mayor número de socios. Actualmente, existen alrededor de 100 ciudades lentas en el mundo y muchas que están esperando su aprobación.

Por último, es muy importante destacar la denominada cultura de la hospitalidad, los habitantes de una ciudad lenta ejercen "la artesanía del trato", que consiste en recibir a gente de otra comunidad admitiéndola como propia.

Una ciudad lenta también debe contar con una educación en consonancia con su estilo de vida, por lo cual surgen también las Slow Schools.

2.2.4. SLOW SCHOOLING

El Movimiento Slow Schooling ("educación lenta" en español), se creó en el año 2002 y promueve que es mejor estudiar a un ritmo lento, tomarse el tiempo para conocer el tema profundamente, aprender a pensar y no para aprobar exámenes. Desde esta posición se respalda la idea de impulsar el juego en un entorno favorable a la interacción, lejos de la competencia. Asimismo, se alienta a los niños a descansar y relajarse para ordenar de forma estable y creativa sus ideas.

Se ha demostrado que resulta mucho más positiva y efectiva una enseñanza más lenta, basada en aprender a pensar y a establecer conexiones, que aquella en la cual se devora información para luego aplicarla en un examen. Los chicos no nacen obsesionados por la velocidad ni el consumismo, son los adultos quienes los llevan a eso, la sociedad les dice que ir más rápido es mejor. Este estilo de vida apresurado y bajo presión hace que muchos chicos tengan dolores de panza, dolores de cabeza, estrés, insomnio, depresión y problemas de conducta, entre otros.

En muchos colegios del mundo la competitividad es enorme, haciendo que lo que importe sea ser el primero de la clase y tener el rendimiento más alto en los exámenes. Esto se da especialmente en el modelo de Japón, seguido por Estados Unidos e Inglaterra. Se aumenta la presión con más exámenes, más tarea para la casa y un programa de estudio rígido.

A la exigencia escolar se suman las actividades extraescolares, por lo cual los chicos no tienen tiempo para la lentitud, relajarse, jugar o desarrollar la imaginación, no tienen tiempo para aburrirse. El juego desestructurado es muy importante porque ayuda a los chicos a desarrollar su habilidad de aprendizaje, no implica trabajo, planificación, horarios ni objetivos.

Por otro lado, la televisión y la computadora no brindan un espacio para divagar e imaginar, por el contrario, aceleran a los chicos y los convierten en consumidores tempranos. La extrema velocidad de las imágenes y sonidos de la pantalla ejercen un efecto en el cerebro infantil, causando muchas veces trastornos por déficit de atención, es decir, que los chicos estén más inquietos y sean incapaces de mantenerse sentados y concentrados por un tiempo.

2.2.5. SLOW WORK

Los esfuerzos del Slow Work ("trabajo lento" en español) centran su atención en ralentizar la jornada laboral con el fin de mejorar la productividad de los trabajadores, además de procurar cierto tiempo libre que pueda aprovecharse en beneficio propio. El trabajo consume muchas horas en la vida de las personas, sin embargo el resto de las cosas que son mucho más importantes como la familia, los amigos o los paseos están regidos por su horario.

Algunas empresas líderes, conscientes de la situación actual del mercado laboral, han optado por modificar sus normas haciendo de la empresa un espacio flexible en el que los trabajadores gestionen el tiempo a su gusto, obtengan generosas vacaciones o incluso puedan gozar de un espacio con música en vivo, gimnasio o guardería para sus hijos.

El Slow Work se alinea con la idea que una mayor inversión de tiempo no garantiza una mayor productividad; sino todo lo contrario. En Japón se realizó un estudio que indicó que las personas que trabajan 70 horas semanales tienen el doble de riesgo de sufrir un ataque cardíaco que los que trabajan 40 horas semanales y dicho riesgo se triplica en caso que una persona duerma menos de 5 horas al menos dos veces a la semana.

En conclusión, el tiempo que resta para disfrutar de las cosas sencillas diarias y sin apuro es escaso; es por ello que el Movimiento Slow propone trabajar menos, defendiendo el hecho de que las personas que pueden manejar sus horarios están más relajadas, son más creativas y productivas.

2.2.6. SLOW SEX

Por último, como consecuencia directa de las largas jornadas laborales y del estrés acumulado, la calidad del sexo en el mundo occidentalizado ha descendido, según lo indican encuestas anuales⁴². De esta manera, la celeridad invade, una vez más, un terreno tan crucial como el de las relaciones íntimas.

La seducción es un arte que cobra sentido con una apropiada gestión del tiempo y con dosis de juego e incertidumbre. Los miembros de Slow Sex ("sexo lento" en español) tienen en común la siguiente misión: "hablar de la sexualidad con respeto, libertad y pureza; con alegría y sinceridad; buscando comunicar valores y conceptos de manera alternativa al estilo vulgar y distorsionado de la pornografía, que crea mucho daño en la sociedad; sobretodo en el mundo de la adolescencia".

⁴²Movimiento Slow (2008), www.movimientoslow.com

2.3. MOVIMIENTO SLOW: VALORES Y PRINCIPIOS

En primer lugar, en relación a la definición del término *Valor*, se le atribuyen diferentes significados, con connotaciones distintas; en sentido axiológico se define como guía o principio de conducta o propósito y que es preferible a su modo opuesto. Asimismo, existen distintos niveles o dimensiones que los valores pueden asumir referidos a los sujetos que los promueven o desarrollan⁴³, a saber:

- Personal o individual: en el pensar, decir y/o hacer que orienta a una persona.
- Organizacional: como expresión de principios o guías de una organización.
- Social: cuando es la manifestación de toda una sociedad.

Entre las *características*⁴⁴ más significativas de los valores se destacan para el presente trabajo las referidas a la organización:

- Son relativos al ser de la persona u organización, a su identidad mas profunda.
- Son valiosos por su impacto en los seres humanos, en las organizaciones y en la sociedad y por ello mismo, dando sentido a su conducta y generando satisfacción.
- Practicados en grupo, refuerzan los propósitos de los integrantes, lo cual los convierte en una poderosa herramienta operativa para el trabajo en equipo y para el cambio organizacional.
- Dan sentido y significación a la vida de las personas y a la sociedad, y como tal, reflejan los principios valorativos que las guían.

Si bien existe un universo de valores, el de la Responsabilidad prevalece sobre los demás debido a su característica de transversalidad en relación a cuatro dimensiones de las organizaciones⁴⁵:

- Medioambiental: implica el respeto por el medio ambiente en la producción de bienes y/o prestación de servicios.
- Laboral: dirigida a las prácticas con el propio personal de la organización.
- Social: referida a la contribución que puede hacer a los problemas de la comunidad donde se encuentra insertada.
- Económica: vinculada con inversiones socialmente responsables.

Asimismo, pueden considerarse como valores complementarios el respeto, la cooperación (redes) y la unidad.

⁴³RAMÍREZ, Norberto Luis (2007), *La recreación del valor responsabilidad en el Sector Turístico. Una experiencia de Taller Pedagógico, Aportes y Transferencias – Tiempo Libre, Turismo y Recreación*, UNMDP, FCEyS, Centro de Investigaciones Turísticas, Año 11, Volumen 2.

⁴⁴RAMÍREZ, Norberto Luis (2007), *Óp. Cit.* pág. 72.

⁴⁵Ibídem.

En segundo lugar, entre los *principios subyacentes en la cultura Slow* se destacan los siguientes:

Slow Travel	Slow Food	Slow Cities
<ul style="list-style-type: none">• Viajar sin prisas.• Conocer los destinos.• Recuperar el crecimiento personal como motivación.• Animar a la actividad.• Tomarse el tiempo necesario para disfrutar de diferentes actividades.	<ul style="list-style-type: none">• Disfrutar de la comida en compañía de otros.• Oposición al uso de ingredientes genéticamente modificados o transgénicos.• Favorecer la producción autóctona.	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar la calidad de vida.• Promocionar la gestión de residuos para su correcto reciclaje.• Defender la diversidad en las costumbres, el folklore y la lengua.• Resistir a la homogeneización.• Calmar las actividades humanas.

Fuente: Elaboración propia

2.4. RELACIÓN MOVIMIENTO SLOW Y TIEMPO LIBRE

2.4.1. MOVIMIENTO SLOW Y TURISMO

Dado que el estilo rápido de vida ha alcanzado también al turismo, los viajes programados, los paquetes todo incluido y los hoteles de bajo costo (que ofrecen un confort y servicios mínimos para que la persona sólo pernocte en ellos), son vicios cada vez más frecuentes en los viajeros. Según Fernández Juné⁴⁶, los turistas de hoy desean visitar lo máximo posible en un tiempo récord, no se comunican con la población autóctona del lugar visitado ni se acercan a sus costumbres, planifican cada paso de la visita, se sienten seducidos por viajar lo más lejos posible, y acaban pasando más tiempo en el avión o en la ruta que en el destino.

Un ejemplo claro es el de la comida, es habitual que los turistas almuerzen en las franquicias de comida rápida o en restaurantes de comida internacional en vez de buscar lugares en los cuales probar los sabores más tradicionales del destino elegido. Otro ejemplo es el de los vuelos de bajo costo, los cuales permiten caer en la tentación de viajar a ciudades lejanas para pasar unos días maratonianos de un fin de semana en el cual ver todos los

⁴⁶FERNÁNDEZ, Juné (2007), *Slow Travel: viajar sin prisa*.

museos, edificios emblemáticos y enclaves célebres. Con lo cual, el estrés de la vida cotidiana no se abandona ni durante las vacaciones.

En cambio, el turista Slow hace uso de su tiempo libremente, no se deja llevar por imposiciones comerciales y se dedica a contemplar el entorno en su totalidad, a integrarse a la comunidad en la que se encuentra, investiga sobre la cultura del sitio, degusta las comidas propias del lugar y permanece varios días en el sitio escogido. Es imprescindible no tener prisas, elegir un destino que sea viable de conocer bien en los días de los que se dispone, no marcarse metas cuadrículadas y atreverse a improvisar.

En relación a los estudios llevados a cabo por Plog (1972) sobre el perfil psicográfico de los turistas, basado en sus características psicológicas más cercanas o más lejanas al riesgo, la experimentación y la aventura; se puede decir que el turista Slow se caracteriza por ser aloéctrico. Éstos se describen como viajeros altamente sociables, querecurren a las empresas operadoras en pocas oportunidades prefiriendo realizar sus viajes sin grupos, por su cuenta y sin mayores planes, suelen ser persona jóvenes.

Respecto al transporte, una máxima del espíritu Slow es disfrutar tanto del viaje como del destino. Los viajeros Slow son grandes defensores del tren, lo prefieren a cualquier otro medio de transporte por su baja contaminación y porque asegura un viaje confortable, donde es fácil compenetrarse con el paisaje. De ese modo, se evita el avión y la obsesión de hacer en auto el máximo número de kilómetros por hora sin permitirse parar en los pueblos agradables que se encuentren por el camino. Por supuesto, también prefieren el uso de la bicicleta o las caminatas para hacer recorridos cortos.

Tampoco se espera planificar rutas interminables que dejan al viajero exhausto y le impidan disfrutar. Sin duda, charlar con la población autóctona es la mejor manera de conocer un lugar, sus costumbres y la idiosincrasia de sus habitantes. Siempre habrá una persona encantada de mantener una enriquecedora charla y orientar al viajero para que éste descubra los lugares más auténticos que no aparecen en las guías turísticas.

En cuanto al alojamiento, en medios rurales la opción más agradable es la casa rural, enclavada en un entorno bello, donde el huésped disfruta de su cuidada decoración, de un desayuno casero y de una atención amable por parte de los dueños y del resto de personas alojadas en él. A falta de hoteles rurales, se puede optar por pensiones pequeñas en las que el trato sea familiar.

En contraposición, Punta Cana, en República Dominicana, lugar que muchos llaman la cárcel de oro, es un claro ejemplo de cómo viajar a un país sin conocer absolutamente nada de él. El turista pasa todo el día en las instalaciones de los complejos hoteleros de corte occidental, sin tener el más mínimo contacto con la realidad social del país, su arquitectura, su modo de vivir la noche, de comer o comunicarse.

En relación a la hotelería y en contraste con la cultura del viaje programado, surge "Slow Travelling", una guía de viajes que reúne alrededor de una treintena de hoteles repartidos por los cinco continentes. Este directorio de hoteles está dividido en cuatro categorías: Joyas urbanas, Templos gourmet, Retiros espirituales y Aventuras de lujo.

Los hoteles han sido visitados y seleccionados minuciosamente por la española Virginia Gutiérrez, fundadora de una empresa especializada en la industria del turismo (IMS Consulting) y artífice de esta iniciativa. Los establecimientos de esta colección destacan por su cuidada estética, sus avanzadas instalaciones, la profesionalidad de su servicio y la voluntad de aproximar a sus huéspedes a la cultura autóctona, a través de su arquitectura, de la gastronomía de sus restaurantes o de la hospitalidad de un personal mayoritariamente nativo.

Otros dos vicios característicos de los turistas que critica el Slow Travel son la fijación por la cámara de fotos y la guía turística, la realidad no es la misma a través del objetivo que mirándola a la cara. Aunque es agradable recordar en papel o en la pantalla de la computadora los momentos más especiales, una fotografía es incapaz de transmitir la realidad. Una fotografía de un edificio con el tiempo dirá lo mismo que cualquier postal por ejemplo, sin contar que el hecho de tomarla también distrae. Por tanto, es más acertado olvidarse de ella y rescatarla sólo para inmortalizar momentos, gestos o actitudes inolvidables de las personas.

En el caso de la guía, debe ser una pequeña ayuda, no un salvavidas. Su utilidad es que uno no se pierda pero el Slow Travel se pregunta: ¿y por qué no hacerlo? Animarse a dejar a un lado el mapa, callejear guiándose sólo por impulsos o por consejos de las personas autóctonas es probablemente la mejor manera de conocer el lugar de destino.

A modo de conclusión, la filosofía de los viajeros lentos se puede resumir mediante las siguientes recomendaciones:

- Elegir una zona limitada, que no sea muy grande, de una región.
- Permanecer por lo menos una semana en el destino elegido.
- Escoger alojamientos pequeños, refugios, hoteles de pocas habitaciones, casas particulares o casas rurales, posadas, hostales.
- Frecuentar los mismos lugares para conocer y tener contacto con la gente del lugar, comprar en las mismas tiendas donde va la gente del sitio.
- Evitar tener que desplazarse en coche en la medida de lo posible. A pie se tiene un mayor contacto con la gente y el lugar.
- Llevar menos guías turísticas y más libros para entregarse al placer de la lectura.
- Dejar la cámara fotográfica en casa y contemplar o dibujar los sitios en un cuaderno de viaje.
- Hacer picnic y evitar comer cada día en un restaurante.

- Pasear, andar en bicicleta, aprender el idioma o anotarse en clases de cocina, de pintura, de escultura o de baile.
- Dejarse llevar por el pensamiento de no hacer nada para desconectar por completo de la rutina diaria.

2.4.2. MOVIMIENTO SLOW Y RECREACIÓN

Los trabajos manuales como la jardinería, el tejido, el dibujo o la decoración son una expresión perfecta del Movimiento Slow. Sin embargo, la mayoría de la gente llena su espacio de ocio encendiendo el televisor en su tiempo libre.

La televisión no da tiempo para hacer una pausa o reflexionar, todo sucede rápido. La televisión puede entretener, informar, distraer e incluso relajar, pero no es lenta en el sentido más puro de la palabra. No concede el tiempo para hacer una pausa o reflexionar. Cuando se mira televisión no se establecen relaciones, por el contrario, se absorben imágenes y palabras sin dar nada a cambio⁴⁷.

De este modo, las cosas que hacen la vida placentera como cocinar, hacer ejercicio, escuchar música, charlar, escucharse o mirarse cuentan con menos tiempo. Desafiar a la aceleración con lectura, meditación, jardinería, pintura o paseos es importante y cada uno elegirá lo que le dé más placer y espacio para el disfrute.

Si bien en la segunda mitad del siglo XX las actividades domésticas tales como cocinar, coser y las labores de punto dejaron de interesar, al ser éstas denunciadas por el feminismo como una barrera que impedía la igualdad entre los sexos; actualmente dichas artes domésticas de ayer están volviendo. Las labores de punto, por ejemplo, están siendo promovidas por feministas famosas y algunas celebridades de Hollywood que se dedican a ello en su tiempo libre. Hacer punto es una actividad lenta por naturaleza, el auténtico gozo de hacer punto reside en el acto de hacerlo, más que en llegar al final de la tarea. Muchas personas que hacen punto utilizan su afición como un antídoto contra el estrés y el apresuramiento de la vida moderna⁴⁸.

Algo similar sucede con la jardinería, ya que actividades como plantar, podar, regar y esperar que las plantas crezcan pueden ayudar también a ir más lento. La jardinería se popularizó como actividad de ocio durante la Revolución Industrial y en el siglo XXI, al igual que la labor de punto, pierde su imagen de mero pasatiempo para convertirse en una afición de moda. Esto se vio reflejado en estudios llevados a cabo en el año 2002 por el centro Nacional Family Opinion en Estados Unidos, el cual arrojó como resultado que la jardinería constituía la principal actividad de ocio al aire libre.

⁴⁷HONORÉ, Carl (2005), *Elogio de la lentitud. Un movimiento mundial desafía el culto a la velocidad*, Buenos Aires, Del Nuevo Extremo.

⁴⁸HONORÉ, Carl (2005), *Óp. Cit.* pág. 183.

Otra actividad genuinamente lenta es la lectura, para muchas personas el acto de leer es ya de por sí lo bastante lento, pero otras dan un paso más al esforzarse por leer con menos rapidez⁴⁹. El aumento de los grupos de lectura es uno de los signos que demuestra que la afición a la lectura está volviendo. Los mismos atraen a profesionales atareados que buscan una manera de relajarse y relacionarse socialmente.

Lo mismo sucede con el arte, es decir, la pintura, la escultura o cualquier acto de creación artística. Constituye un antídoto del estado continuo de aceleración en que se encuentra actualmente la sociedad.

Asimismo, la música puede tener un efecto similar. Cantar y tocar instrumentos, o escuchar a otros que lo hacen, es una de las formas de ocio más antiguas que existen. La música puede ser estimulante, provocadora, emocionante, o puede tranquilizar y relajar, que es precisamente lo que hoy buscan cada vez más personas⁵⁰.

La música tranquila brinda ese espacio para relajarse y disfrutar. Hay un grupo creciente de músicos pertenecientes al Movimiento Tempo Giusto, que considera que la música clásica se toca demasiado rápido, por lo cual su misión es intentar que las obras se toquen más lentamente.

En la iglesia de San Burchardi, ubicada en un pueblo alemán llamado Halberstadt, se lleva a cabo un concierto escrito por John Cage en 1992 que comenzó a tocarse en 2001 y finalizará en 2640. El título de este concierto es “As Slow As Possible” (ASLAP) y durará 639 años. El órgano que emite las notas tiene unas pesas adheridas al teclado para mantenerlas mucho después que el organista las haya tocado, entonces el sonido reverbera en la iglesia por meses hasta que el próximo organista toca la siguiente nota musical. La motivación es desafiar a la velocidad del mundo actual con algo placentero y muy duradero.

2.5. ESTADO DE LA CUESTIÓN EN ARGENTINA

2.5.1. SLOW FOOD

En relación al Slow Food, Hugo Cetrángolo funda en julio de 2006, el Convivium de Argentina, con el objeto establecer un vínculo permanente entre los consumidores y aquellos productos alimentarios que se producen localmente y que por diferentes razones no alcanzan los mercados en las ciudades. Los Convivium son las unidades en las que está organizado Slow Food, en Argentina existen 19 Convivium⁵¹.

Uno de ellos, “Convivium Buenos Aires Norte”, tiene como presidente al Dr. Santiago Abarca, quien establece un marco de coordinación que vela por el cumplimiento de la filosofía

⁴⁹Ibídem.

⁵⁰Ibídem.

⁵¹Ver ANEXO II.

de Slow Food y por la buena calidad de las actividades que se llevan a cabo. Además ha sido nombrado por Slow Food Internacional como coordinador del movimiento en Argentina.

Dicha organización está integrada por áreas independientes, cada una a cargo de un responsable que elabora los proyectos y un plan de acción para cada una de ellas. Algunas de estas áreas son: "Educación del Gusto" a cargo de la Lic. María Di Scala la cual desarrolla los proyectos para chicos y adultos, escuelas y maestros; "Protectorado" a cargo del Ing. Hugo Cetrángolo quién busca proteger tesoros alimentarios amenazados (también se encuentra bajo su dirección la Revista Slow Food); y "El área de Enocultura" a cargo del sommelier Andrés Rosberg, entre otras.

Entre las actividades que realiza "Convivium Punto Slow Food Buenos Aires", otro de los 19 Convivium en Argentina, se encuentra la coordinación de Terra Madre, el encuentro mundial de las comunidades del alimento que se celebra en Turín, Italia cada dos años. Allí, se intercambian experiencias y conocimientos entre los agricultores, cocineros, institutos de investigación y ONGs participantes, con el objetivo de promover la conservación del patrimonio alimentario de los pueblos.

También, se ha desarrollado la Red de Comunidades del Alimento, la Red de Cocineros y están próximos a crear la Red de Universidades. Las mismas permiten un intercambio de experiencias, sabores, información, contactos de forma organizada y comenzaron su actividad luego de la participación de una delegación argentina de más de 100 personas en la segunda edición de Terra Madre que se realizó en octubre en el 2006.

Asimismo, colabora con la "Fundación Slow Food para la Biodiversidad" en la promoción de los Baluartes en Argentina y el Arca del Gusto, dos proyectos que permiten resguardar los productos tradicionales de alta calidad que por diferentes razones, relacionadas con las pautas actuales de consumo, dejan de producirse en las comunidades. Además, es responsable de la dirección de la Revista Slow Argentina, en la cual se difunden las actividades del movimiento Slow Food en el país y el mundo, y es una de las principales vías para dar a conocer el trabajo que día a día realizan los productores de las numerosas comunidades a fin de promover la conservación de la biodiversidad de sus regiones y la cultura que los vincula al territorio.

Por otro lado, existe una feria denominada "Caminos y Sabores", su primera edición, se desarrolló en el último edificio de la Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA) en Puerto Madero, Buenos Aires, en octubre del 2005; con los años la exposición dio un salto cualitativo mudándose a La Rural de Palermo, ubicada en la misma ciudad.

El objetivo era instalar un espacio donde los pequeños y medianos productores originarios de todas las zonas del país puedan mostrar, dar de degustar, y vender sus productos a través de un contacto directo con su público. La feria, fue sede en el año 2009 del primer encuentro Terra Madre de Argentina; el cual contó con la visita del fundador y presidente del movimiento internacional Slow Food, Carlo Petrini, quien viajó especialmente

desde Italia para recorrer e inaugurar formalmente la feria y el encuentro de Terra Madre de Argentina.

En el año 2010, "Caminos y Sabores" contó con la presencia de 400 expositores y más de 2.000 productos exhibidos; y superó los 80.000 visitantes en los cuatro días que duró el evento. Año tras año la feria continuó su expansión y consolidación alcanzando uno de sus mayores objetivos: albergar a través de los productores, instituciones, organismos no gubernamentales y organismos del Estado a las 23 provincias que componen la Argentina.

En el año 2011, se realizó con mucho éxito la primera edición de Caminos y Sabores en la ciudad de Mar del Plata. El encuentro duró 12 días consecutivos y se desarrolló en el salón Colón del NH Gran Hotel Provincial, donde concurrieron más de 10 mil personas para conocer, probar y comprar productos regionales como alimentos y artesanías, además de asesorarse sobre destinos turísticos de diferentes zonas de la Argentina.

La muestra estuvo conformada por 68 stands en el que pequeños productores artesanales tuvieron la oportunidad de ofrecer sus productos de forma directa a los visitantes marplatenses y a turistas llegados desde distintos puntos del país. Este gran encuentro cultural y alimenticio entre emprendedores y público resultó de gran valor para los productores por ser una ocasión única de relacionarse directamente con antiguos y nuevos clientes y potenciales distribuidores.

El gobierno de la provincia de Buenos Aires, también participó en la feria promocionando el circuito de pueblos turísticos integrado por localidades como Carlos Keen, Villa Ruiz y Gouin. Tucumán y Chubut también participaron de la mano de productores de alimentos como conservas y dulces y artesanos de comunidades aborígenes. Los misioneros, en tanto, difundieron sus paisajes y la candidatura de las Cataratas del Iguazú como maravilla del mundo. De esta forma, dichos encuentros ayudan a difundir y promocionar diferentes destinos turísticos de la Argentina.

En cuanto a la oferta gastronómica, "Slow Food Buenos Aires Norte" está elaborando una "RED de Restaurantes", para lo cual cuentan con más de 60 restaurantes evaluados, sobre los cuales los socios del Convivium pueden recomendar los que les parezcan que se encuentran acorde con la filosofía Slow Food.

ModenaDesign, un restaurante ubicado en la ciudad de Buenos Aires, se encuentra comprometido con la utilización de alimentos buenos, limpios y justos en su carta; aportando su espacio, cocina y experiencia para desarrollar los eventos de Convivium Punto Slow Food Buenos Aires.

En Dunamar, Tres Arroyos, se encuentra el restobar "Frida", propiedad de Javier Carlomagno y Marcelo Barcala, único lugar de comidas del distrito que cuenta con la certificación Slow Food. Carlomagno, es desde hace varios años, guía en diferentes propuestas de turismo ecológico o ecoturismo, una variante no muy distinta del movimiento slow. Lo que se quiso crear es un lugar en el cual la gente pudiera quedarse sentada charlando,

sin el apuro de tener que irse porque hay gente haciendo cola afuera o porque se estuviera controlando que las mesas estén ocupadas sólo durante una determinada cantidad de tiempo.

Para el logro de esa idea, se tuvieron en cuenta varios detalles, como por ejemplo la construcción de sillas cómodas para que la gente goce del estar sentada y permanezca en el local. El sitio dispone además de material de lectura, se hacen exposiciones de arte y su cocina ofrece un menú variado, elaborado con productos frescos que se preparan en el momento. También suelen presentarse músicos, aunque se seleccionan propuestas acordes con el estilo slow.

Por otra parte, el comerciante continúa con su antigua propuesta de turismo ecológico. En este sentido, realiza caminatas fotográficas y paseos diurnos y nocturnos por el bosque de Dunamar y algunos puntos de la costa, como el Salto de Christian o el Caracolero.

La idea de las caminatas fotográficas es que la gente, independientemente de la cámara que tenga, pueda obtener ella misma las postales del lugar. Así es como se recorren los sitios clave de la localidad, compartiendo historias o simplemente conversando de cualquier cosa.

Los paseos se hacen entre febrero y diciembre para que sea posible disfrutar plenamente de la calma del lugar. Tampoco se hacen los fines de semana, por el mismo motivo. Las caminatas nocturnas, por ejemplo, se hacen cuando hay luna llena, sin llevar nada para alumbrar.

2.5.2. SLOW CITIES

Respecto a las Slow Cities, en Argentina todavía no hay una ciudad con certificación internacional, pero sí diferentes localidades con sus características.

Mar de las Pampas, al sur de Villa Gesell hizo el intento unas temporadas atrás al proponerse formar parte del Movimiento Slow. Luis Mazzoni, entonces presidente de la Asociación de Emprendedores Turísticos de Mar de las Pampas, fue uno de los impulsores para que se concrete dicho proyecto. El primer objetivo fue convencer a los que vivían o tenían emprendimientos comerciales en el lugar, logrando que finalmente la mayoría este a favor de la iniciativa.

Se trabajó en muchos aspectos, uno de ellos el tratamiento de los residuos domiciliarios, instalando una nueva planta de procesamiento para terminar con la quema a cielo abierto. En materia de defensa de los lugares verdes, se elaboró un nuevo código de edificación que intenta preservar el 70% del bosque. En cuanto a las construcciones, las nuevas casas tendrán que respetar las normas, que son más estrictas que las que ya regían, manteniéndose en pie la negativa de asfaltar las calles.

Se buscó no tener servicios de comidas rápidas, ni señal para celulares y los autos, en la medida de lo posible, que queden detenidos en las casas, mientras dure el veraneo. O en todo caso, si se utilizan, que se haga teniendo en cuenta los carteles que dicen: “Estamos

caminando” y que indican que no se puede circular a más de 30 kilómetros por hora. Finalmente, Mar de las Pampas no llegó a la aprobación de la central internacional, pero el pequeño poblado creció y se formó con una inclinación slow.

Por otro lado, en Tres Arroyos, también existe un referente del movimiento Slow, el ex Director de Turismo, Nicolás Sabatini, designado por la Lic. María Larsen, representante del movimiento en Mar del Plata. Con el propósito de difundir la filosofía gastronómica y turística slow, desarrolló un sitio Web, denominado “www.tresarroyosslow.com.ar”, en el cual se puede hallar valiosa y amplia información relacionada con el tema. Asimismo, estableció la sede local del movimiento en la Biblioteca Sarmiento en dicha localidad.

Según Sabatini, en el caso de Dunamar, localidad balnearia del partido de Tres Arroyos, o cualquier otro punto de la costa, para que se pueda acreditar como ciudad slow, debe darse un consenso de la comunidad en ese sentido, se debe asumir el cumplimiento de un conjunto de requisitos básicos para el perfil deseado. Entre esos requisitos se haya en primer lugar, la necesidad que la comunidad en su conjunto (vecino, prestador de servicios, autoridades, turistas, entre otros) tome conciencia del recurso que dispone y la manera de compartirlo en función de una mayor calidad de vida.

Para ello, es necesario elaborar un proyecto que contenga aspectos vinculados con el medio ambiente, la contaminación visual y auditiva (carteles inadecuados, tránsito de motos, cuatriciclos y autos por las zonas residenciales y de esparcimiento) y otras cuestiones que molesten la armonía del lugar. Una vez que el proyecto haya sido elaborado y cuente con el apoyo de la comunidad, será necesario seguir los pasos lógicos de petitionar y requerir el apoyo de las autoridades competentes para legislar sobre la cuestión en el orden local y finalmente solicitar la adhesión como ciudad slow en la red internacional, dando cumplimiento a los requisitos para tal fin.

En la provincia de Córdoba, en un pequeño valle de las Sierras Grandes a 1450msnm se encuentra La Cumbrecita, un rosario de casas de estilo centroeuropeo concentradas a la vera de los senderos que atraviesan el bosque. Dicho pueblo y sus alrededores fueron declarados Reserva Natural de Uso Múltiple (Ley provincial N° 8476) y Pueblo Peatonal a partir de Julio de 1996, esto último significa que no se permite el ingreso con vehículos y que todos los recorridos están previstos para ser realizados a pie. En este sentido es la única población de la República Argentina con restricción vehicular permanente.

El horario de restricción vehicular, es de 10 a 18hs en invierno (fuera de temporada) y de 9 a 19hs en verano (temporada alta). En el caso de pasajeros con reservas de alojamiento, los vehículos deberán quedar estacionados en el establecimiento donde se alojen y no podrán circular durante el horario de restricción vehicular; los propietarios de inmuebles solamente pueden utilizar el vehículo para el ingreso y egreso de la localidad; otros visitantes deben dejar sus vehículos en la playa de estacionamiento, cuidada por personal de la comuna, a la entrada de la localidad. Sí podrán ingresar al pueblo, con su vehículo, aquellas personas con discapacidades serias, impedidas de recorrer el mismo caminando.

Respecto a los servicios, en La Cumbrecita no hay bancos, cajeros automáticos ni estaciones de servicio. Además, ofrece un sistema de recogida tanto de vidrio como de plástico, promueve la erradicación de las bolsas de materiales no degradables y cuenta con un cesto de basura cada pocos metros.

Otro caso se encuentra a 150 kilómetros de la ciudad de Córdoba, hacia el oeste provincial, donde existe un proyecto para que San Javier de Traslasierra obtenga el status de "Pueblo Slow". Propiciado por Tomás Iribarren, y apoyado por los empresarios, comerciantes y habitantes, la idea es avanzar en los servicios turísticos que lo están posicionando en un lugar elegido para descansar, pero dentro de un marco regulatorio que preserve su impronta de pueblo centenario, su entorno natural y alejado de los vicios ciudadanos.

Allí, lo más parecido a una población urbana, es el puñado de construcciones que rodean la plaza, la iglesia donde reposan los restos de monseñor Vladislao Castellano (tercer arzobispo de Buenos Aires), la intendencia, una inmobiliaria, un negocio de artesanías, un supermercado, un atelier y el bar Quita Penas, donde estacionan uno al lado del otro, una 4x4 y un caballo atado al palenque; se puede caminar por calles de tierra y senderos con galerías naturales que forma la vegetación, entre casonas de estilo inglés y otras de paredes anchísimas de adobe.

Asimismo, existe la agrupación "Citta Slow Argentina", la cual comparte criterios de Citta Slow Internacional pero no pertenece oficialmente a esa asociación. Para alcanzar la condición de "Citta Slow Argentina", una ciudad o pueblo debe estar de acuerdo en aceptar las directrices de Citta Slow y trabajar para mejorar la convivencia y conservación del medio ambiente local. "Qualite Point" es la consultora que realiza el análisis de ingreso a la agrupación y los pueblos o ciudades utilizan el siguiente símbolo de pertenencia:



2.5.3. SLOW TRAVEL

En Argentina, en materia de comercialización, existe un sitio web denominado Maneras Argentinas, el cual ofrece desarrollar actividades recreativas y culturales para quienes busquen conocer en profundidad la vida del país; uniendo diversión, descanso y aprendizaje a través de servicios a medida según los intereses e inquietudes del visitante. Propone vivir Argentina a través del idioma, actividades culturales en la ciudad y al aire libre, la cultura, la gente, la música y el baile, la gastronomía, el deporte y viajes; para aprender y disfrutar plenamente de diversos e imponentes paisajes y experimentando lo genuino de cada lugar.

Maneras Argentinas está de acuerdo con los principios de Slow Travel y creó la compañía teniendo en consideración a los viajeros Slow. Por lo tanto, promueve servicios que protegen el medio ambiente, que revalorizan las culturas autóctonas y favorecen el desarrollo de los pueblos. Creen que viajar de manera responsable es una forma respetuosa de conocer la realidad de un país.

Retomando el caso del partido de Tres Arroyos, el distrito posee una amplia franja costera de unos 100 kilómetros de extensión que casi en su totalidad podría ser aprovechada para desarrollar la modalidad turística del Slow Travel, según Sabatini. Desde Dunamar hasta Reta, localidades del partido, y desde el Médano 40 en Orense hasta el Arroyo Cristiano Muerto cree que es posible alentar ésta práctica.

La sugerencia respecto a Dunamar es que debería incorporarse de manera más fuerte la idea de la cultura receptiva, anexar el slowfood e integrar un corredor histórico, arquitectónico, patrimonial y de interpretación de la naturaleza para que dicho balneario se encuentre en condiciones de atraer viajeros lentos. En cuanto a Reta, sus características y el tipo de turismo que lo ha elegido, gente que proviene principalmente de lugares muy contaminados por la cultura moderna, lo convierten en un escenario ideal para la práctica del turismo slow. Además, el Río Quequén cuenta con atractivos históricos y paisajísticos inigualables que también serían de sumo interés para los viajeros lentos.

En relación al alojamiento, el Hotel Presidente, ubicado en la ciudad de Necochea, propone dentro de sus promociones "Las Vacaciones del Caracol" que se caracteriza por la siguiente oferta: *"Diciembre y Marzo, son meses tranquilos, de pre y post alta temporada, donde hoy día se les llama, las Temporadas del "Caracol", donde Ud., elige un lugar fijo como Necochea-Quequén, donde la playa es para Uds. solos, donde caminar al lado del mar es un placer infinito. En el mundo veranear en estas épocas, de viajes no "itinerantes", nada de aeropuertos, nada de restaurantes atestados de gente y colas; de hoteles completos, de hacer la vida misma de las grandes ciudades, nos lleva a elegir el "Slow Travel", todo despacio como el Caracol, disfrutar cada momento, y donde los precios siempre "Promocionales", tiene aún estas ventajas adicionales. El mozo, la recepcionista, la vendedora de la boutique, el muchacho del balneario, le pueden hablar y Ud. mantiene esas charlas coloquiales que le permite disfrutar del lugar. Téngalo en cuenta, y evitemos los 20 de Enero, donde va la gente porque va Vicente,*

como dice el viejo dicho. Los que estén una Semana en la temporada del Caracol, serán invitados a un Paseo en Velero Oceánico, saliendo del río Quequén hacia el Mar Atlántico Sur."

En palabras de su Gerente, Alberto J. Echeverría lo que se busca es *"... que los usuarios turísticos usen fechas de media estación, no solo por las ventajas de las tarifas, sino por la tranquilidad de las playas, se camina tranquilo, en los restaurantes, los mozos tienen tiempo de hablar un poco con los clientes, y todo es una cadena de servicios mas personalizado. Al comenzar la temporada, todo el Personal esta más fresco (...) Es en síntesis, una "interactuación entre el turista y el lugareño", precisamente en inglés Slow, es despacio, lento, y sería como "Vacaciones Tranquilas", lejos de la vorágine de las grandes ciudades emisoras, y eso es lo que busca quien ha tenido un año duro de trabajo: "Verdaderas Vacaciones" (...) Y desde el punto de vista de la Empresa, maximiza los beneficios al extender la temporada de Verano"*.

Otro ejemplo es el del hostel Tanti, ubicado en Tanti, Valle de Punilla, provincia de Córdoba, el cual promueve también los beneficios de la filosofía Slow a través de su sitio web, brindando información acerca de los orígenes del Movimiento Slow y los motivos del porque una vida slow. Entendida esta última como *"... una redistribución de nuestra energía vital hacia valores y actitudes fundamentales con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida. El foco de nuestra atención, por lo tanto, estará en ser selectivo en el tiempo dedicado a nuestras actividades"*.

A 20 minutos de la ciudad de Mar del Plata, por la Ruta 11 hacia el Sur, se encuentra una "posada Slow life" llamada La Tranquila, la única hasta el momento en la zona de Chapadmalal. Su propietaria, la Sra. Celesia hace más de 10 años que adhiere al movimiento Slow. Allí se puede disfrutar de una zona de amplios espacios verdes, arboledas añejas, arroyos, además de playas espectaculares y acantilados con vistas alucinantes; amaneceres sobre el mar y puestas de sol en el campo; extensas playas de arena, algunas de ellas protegidas por acantilados. Además, sobre las playas, las mejores olas del país para el disfrute de todos los surfistas.

La posada brinda alojamiento en un clima de paz y tranquilidad en armonía con la naturaleza. Lo que proponen es que el huésped pueda disfrutar de su hospitalidad, relajarse y "bajar un cambio". Cuentan para ello con una serie de servicios para complementar la estadía, tales como: clima ameno y tranquilo, charlas/lecturas, comidas caseras; además de un guía de surf por las playas locales y el pronóstico de olas todas las mañanas.

2.5.4. RECREACIÓN

Respecto a las ofertas turístico-recreativas, la empresa Bruma en la provincia de Buenos Aires, propone hacer un recorrido por el Delta donde lo que importa es el viaje en sí y no ir y volver a las apuradas para marcar en la agenda que uno ha estado en tal lugar sin siquiera saber qué tenía éste para ofrecer. El barco privado sale al horario que mejor le parezca al pasajero. Se recorren arroyos navegando despacio, ya que lo importante es ir descubriendo cada lugar del Delta mientras se va cocinando un asado en la parrilla. Se busca un lugar tranquilo donde fondear y se prepara la mesa en la popa.

Cuenta con dos camarotes y camas en el comedor interno para aquellos que quieran tomar una siesta; los más aventureros pueden hacer una recorrida en un semirrígido. Por la tarde el capitán lleva a los pasajeros por otros arroyos, se ve la ciudad desde el río y mientras se va poniendo el sol el barco llega hasta el Puerto de Frutos del Tigre, destino final del paseo.

Otro espacio de recreación slow en la ciudad de Buenos Aires pero esta vez para los más chicos, es “D-Spacito” ubicado en el barrio de Palermo. Dicho lugar surge en base a la iniciativa de María Celeste Meana, una docente cansada de la excesiva presión e hiperactividad a la que padres y educadores someten a los niños. Si bien este espacio fue creado para los más pequeños, entienden que lograr la desaceleración de los niños es una tarea para hacer en conjunto, por lo que también dan talleres para que los padres aprendan a jugar con sus hijos.

Los mentores critican la relación adictiva que tienen los menores con las tecnologías, por lo que proponen que recuperen la capacidad de análisis y la imaginación a partir del juego libre. El objetivo es enseñar a los niños a ser dueños de sus ganas de jugar y divertirse, no asisten a aprender nada institucionalmente, no hay plazos fijos ni objetivos a alcanzar.

Todos los talleres están teñidos por la filosofía slow, hay talleres de yoga, en salas con paredes lisas, colchonetas azules en el piso y el sonido de las olas del mar golpeando en la costa creando el ambiente justo para la meditación; de filosofía, donde los niños sentados alrededor del profesor charlan sobre temas que les interesan, enseñándoles el respeto por la opinión del otro y aprender a escuchar; de cocina lenta, donde los chicos aprenden a conocer cada alimento y a probar las comidas más tradicionales; y de ecología, entre otros.

CAPÍTULO 3:

CALIDAD EN TURISMO Y MOVIMIENTO SLOW

3.1. CALIDAD EN TURISMO

3.1.1. CONCEPTUALIZACIÓN

3.1.2. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

3.1.3. SISTEMA ARGENTINO DE CALIDAD TURÍSTICA

3.2. SISTEMA DE NORMALIZACIÓN EN ARGENTINA

3.3. RELACIÓN NORMAS IRAM-SECTUR Y MOVIMIENTO SLOW

3.1. CALIDAD EN TURISMO

3.1.1. CONCEPTUALIZACIÓN

El concepto de calidad ha evolucionado hasta convertirse prácticamente en sinónimo de satisfacción del cliente, la introducción de un sistema de gestión de la calidad en una organización, pone al cliente como el foco de toda su actividad. Este concepto está presente en los orígenes de la "International Organization for Standardization" (I.S.O.) que define la calidad como el "grado en que un conjunto de características inherentes (a un producto o servicio) cumple con los requisitos", destacando que dentro de estos "requisitos", las necesidades y expectativas de los clientes cobran un rol fundamental.

Por otro lado, la OMT indica que Calidad en el Turismo incluye una serie de "factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural". Estos factores son considerados comunes y esenciales para cualquier turista o usuario y si falla algunos de ellos la calidad de la experiencia turística disminuye significativamente. En otras palabras, la *calidad turística*⁵² está ligada al destino y por ende a todos los componentes, productos y servicios que se originan en el mismo, ya sea que provengan del sector oficial o del empresariado.

Las características de la calidad⁵³ pueden ser muchas, tan variadas como los procesos, los productos y los servicios. En el caso de las empresas turísticas sirven de ejemplo tanto la solidez de una construcción como el sabor de una comida o el cuerpo de un vino, tanto la belleza de un diseño de interiores, el cumplimiento en el horario de los servicios de traslado, como la amabilidad de un conserje, la imagen de un hotel, la prontitud en el servicio de un restaurante, entre otros.

La Ley Nacional de Turismo N° 25.997, sancionada en diciembre de 2004, enuncia entre sus principios rectores a la Calidad, argumentando que es prioridad optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional. Alineada con los principios de dicha Ley, la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), en el proceso de elaboración del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) ha fijado como estrategia principal reforzar la competitividad del sector incidiendo en los aspectos que directamente condicionan su productividad y eficacia.

⁵²Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación Argentina (2005), *Calidad en servicios turísticos, Catálogo de experiencias exitosas en implementación de sistemas de gestión de calidad*, Buenos Aires.

⁵³Ibídem.

Específicamente, en el campo de actuación de Gestión de la Calidad del PFETS, las estrategias establecidas son:

- Asegurar y mejorar la calidad en todos los destinos.
- Generar valor e innovación a través del conocimiento continuo.

Estos ejes estratégicos se traducen en los siguientes programas:

- Extensión de modelos de gestión de la excelencia en los sectores público y privado.
- Relevamiento de satisfacción del habitante y el turista.
- Mejora de la calidad en las instituciones de formación y en el empleo turístico.
- Programa de difusión y comunicación para la excelencia;
- Gestión de Redes para la calidad integral en destinos.

3.1.2. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es un método de trabajo por el cual se asegura la conformidad de los productos y servicios con los requisitos especificados. Dicho sistema consta de dos partes: la primera es una parte escrita, que consiste en una serie de documentos en los cuales se describe el sistema, los procedimientos, las instrucciones y los planos, ajustándose a una norma; y la segunda es una parte práctica que se compone de dos variables:

- Los aspectos físicos, tales como los locales, las maquinarias, los instrumentos de control, etc.
- Los aspectos humanos, tales como el adiestramiento en técnicas de calidad del personal de todos los niveles jerárquicos, a fin de crear un equipo motivado y cooperador cuyas actitudes positivas ayuden a desarrollar el proyecto.

La implementación de Sistemas de Gestión de la Calidad consiste en la aplicación de herramientas de gestión modernas, reconocidas internacionalmente, y enfocadas en la satisfacción del cliente y la mejora continua de los procesos que los organismos, las organizaciones y las empresas llevan a cabo en el marco de sus procesos de producción de bienes y servicios⁵⁴. A fin de aumentar la competitividad, muchas organizaciones han adoptado normativas internacionales como la ISO o sus equivalentes, como herramientas para organizar y optimizar sus Sistemas de Gestión de la Calidad.

Las actividades turísticas no han estado ajenas a los procesos de normalización y certificación de calidad. Durante la última década han surgido iniciativas para crear sellos, etiquetas y certificaciones que muestren a los consumidores las diferencias en los servicios y la

⁵⁴Ibídem.

calidad de las empresas turísticas. Los fundamentos principales para la certificación por parte de las organizaciones del sector, son los siguientes:

- el mejoramiento en los Sistemas de Gestión y la eficiencia en el uso de los recursos.
- la preocupación creciente de los consumidores y usuarios por prácticas ambientales responsables.
- el mejor posicionamiento de los destinos turísticos tanto local como internacionalmente.

La Gestión de la Calidad brinda oportunidades significativas para mejorar: la realización del servicio, la productividad, la eficiencia, la reducción de los costos, la penetración en el mercado, el desarrollo de las habilidades y de la capacidad del personal, la motivación del personal para mejorar la calidad y satisfacer las expectativas del cliente, la calidad de vida, la imagen de la organización, la satisfacción del cliente, en términos de su propia percepción y requerimientos y el compromiso de todos los miembros de la organización⁵⁵.

3.1.3. SISTEMA ARGENTINO DE CALIDAD TURÍSTICA

Diseñado por la Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística, el Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) consiste en un conjunto de herramientas operativas cuyo objetivo principal es promover la cultura de la calidad y la mejora continua en todos los actores que conforman la cadena de valor del sector turístico nacional. Mediante este sistema se beneficia tanto a destinos turísticos, productos y productivos de la actividad turística.

Tiene como objetivos desarrollar la competitividad del sistema turístico argentino a través de estándares internacionales de calidad, preservando la sustentabilidad social, económica, cultural y ambiental, como así también implementar entre los actores del sistema un modelo de gestión por resultados mediante el diseño de procesos que respondan al cumplimiento de las misiones institucionales y que puedan ser evaluados fácilmente por los usuarios.

⁵⁵Ibídem.

Las herramientas que integran el SACT⁵⁶ están divididas en tres niveles:

Nivel Inicial

- **SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional)**
- **Buenas Prácticas en Destinos**
- **Directrices de Gestión**
- **Programa de Excelencia en la Gestión I**

Nivel Avanzado

- **Programa Excelencia en la Gestión II**
- **Normas Sectoriales IRAM-SECTUR**

Nivel de Excelencia

- **Clubes de Excelencia**
- **Premio Nacional a la Calidad**
- **Programa de Excelencia en la Gestión III**

NIVEL INICIAL

- ✓ Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)

Conforma una herramienta de gestión de rápida implementación para el mejoramiento de la calidad en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) turísticas, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos, y alcanzar una mayor rentabilidad y competitividad. A través de su implementación, se pretende mejorar o resolver los aspectos básicos de la operación de una empresa turística, creando las condiciones necesarias para que el personal libere su potencial y realice contribuciones significativas, impulsando a la empresa a alcanzar y mantener su nivel de competitividad.

- ✓ Programa Buenas Prácticas en Destinos

Este programa se basa en las buenas prácticas de gestión del espacio físico y de la prestación del servicio y está dirigido a empresas y prestadores de pequeña y mediana envergadura con el objetivo de aumentar la competitividad del destino, mediante la iniciación en la gestión de la calidad.

- ✓ Directrices de Gestión

Las directrices son herramientas facilitadoras para la implantación de la cultura de la calidad y la mejora continua entre los actores de la actividad turística. Las mismas, procuran contribuir a garantizar la calidad ambiental, social y cultural, y la calidad del servicio; establecer pautas específicas para la gestión de la calidad y la gestión ambiental; proveer un marco de referencia para la optimización en la prestación de servicios; promover el desarrollo de sistemas de calidad que contemplen de manera integral la satisfacción del usuario y la

⁵⁶Ver ANEXO III.

preservación de los recursos naturales, proponer acciones de concientización de los diversos actores involucrados en la actividad; y mejorar la calidad de los productos y servicios.

Son una pauta voluntaria de acción bajo la forma de recomendaciones y especificaciones técnicas extraídas de la experiencia y de los avances tecnológicos, adaptables a múltiples realidades.

✓ Programa de Excelencia en la Gestión I

Este programa toma como modelo al Premio Nacional a la Calidad, por eso se organiza en etapas progresivas de implementación, que una vez cumplimentados sus requisitos, acercan cada vez más a la calidad. El nivel I de este programa, permite a la empresa evaluar sus sistemas de gestión, orientándolos para detectar sus fortalezas y debilidades, así como para desarrollar pautas de comparación con competidores o empresas modelo.

NIVEL AVANZADO

✓ Programa de Excelencia en la Gestión II

El Nivel II del programa, capacita a las empresas para el desarrollo de indicadores de gestión que acreditan el desarrollo logrado, y sientan las bases para la mejora continua y el "benchmarking" con competidores y empresas consideradas modelo.

✓ Normas Sectoriales

Surgen del acuerdo estratégico entre el Instituto Argentino de Normalización (IRAM) y la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), orientado a mejorar la calidad de los servicios turísticos, fomentar la preservación del medio ambiente y la seguridad en el sector turístico argentino. Estas normas reúnen los estándares de gestión y de servicio al cliente, estructurados en capítulos que rememoran la vertebración de las normas ISO 9001-2008, de manera tal que se constituyen en un sistema de certificación.

Se encuentran concebidas y estructuradas contemplando la dinámica que rige al turismo, enraizada en una estrecha relación público-privada y en el principio de competitividad de los destinos, considerando en forma integral la gestión de la calidad, la gestión ambiental y la gestión de la seguridad. Permiten elevar los niveles de calidad en la prestación de los servicios y acreditar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente y mejorar la imagen de la empresa frente a sus clientes, facilitando la posibilidad de fidelizarlos. Además, genera beneficios económicos, ya que al hacer eficientes los procesos de gestión se generan un ahorro de recursos.

Por un lado, están las normas de Alojamiento Turístico, que comprende:

Norma IRAM SECTUR 42200 - Hotelería

Norma IRAM SECTUR 42210 - Cabañas

Norma IRAM SECTUR 42220 - Casa de Huespedes (Bed & Breakfast)

Norma IRAM SECTUR 42230 - Hostel

Norma IRAM SECTUR 42240 - Campamento ("camping")

Norma IRAM SECTUR 42250 - Alojamiento Rural

Por otro lado, las normas de Turismo Activo, aquellas que implican una participación más activa del visitante, incluyen:

Norma IRAM SECTUR 42500 - Senderismo y Travesías

Norma IRAM SECTUR 42510 - Montaña y Alta Montaña

Norma IRAM SECTUR 42520 - Cabalgata

Norma IRAM SECTUR 42530 - Cicloturismo

Norma IRAM SECTUR 42540 - Rafting

Norma IRAM SECTUR 42550 - Canotaje

Norma IRAM SECTUR 42560 - Navegación turística en embarcaciones

Norma IRAM SECTUR 42570 - Servicios turísticos en vehículo todo terreno

Además, están las normas de Competencias Personales, que apuntan a las habilidades y conocimientos de la persona:

Norma IRAM SECTUR 42701 - Especialista en Rafting

Norma IRAM SECTUR 42702 - Especialista en Canotaje

Norma IRAM SECTUR 42703 - Especialista en Cabalgata

Norma IRAM SECTUR 42704 - Especialista en Cicloturismo

Norma IRAM SECTUR 42705 - Coordinador de Turismo Estudiantil

Por último, hay normas que contemplan otras actividades, dentro de las cuales se ubican las siguientes:

Norma IRAM SECTUR 42300 - Áreas Naturales Protegidas

Norma IRAM SECTUR 42400 - Museo

Norma IRAM SECTUR 42800 - Restaurantes

Norma IRAM SECTUR 42900 - Organización de Eventos

Norma IRAM SECTUR 42910 - Empresas Intermediadoras de Servicios Turísticos

NIVEL DE EXCELENCIA

✓ Club de Excelencia

Esta herramienta operativa tiene como objetivo promover la excelencia en sectores y productos a fin de promover la cultura de la calidad y la mejora continua en los actores que conforman la cadena de valor del sector turístico nacional. Está conformado por un grupo de establecimientos turísticos que mediante diferentes herramientas de gestión de la calidad producen y mantienen niveles de servicio por encima de la media del sector y por encima de las expectativas de los Clientes.

El objetivo es que estos grupos accedan a mercados rentables y selectivos a través de una marca de calidad que los agrupe, y a partir de ella, se reconozcan frente a terceros.

✓ Programa de Excelencia en la Gestión III

En el Nivel III del programa las empresas ya han consolidado su sistema de gestión de la calidad y se encuentran en condiciones de presentarse al Premio Nacional a la Calidad.

3.2. SISTEMA DE NORMALIZACIÓN EN ARGENTINA

La *normalización*, según la ISO, es la actividad que tiene por objeto establecer, ante problemas reales o potenciales, disposiciones destinadas a usos comunes repetidos, con el fin de obtener un nivel de ordenamiento óptimo, en un contexto dado, que puede ser tecnológico, político o económico. En este proceso participan, contando sus experiencias y conocimientos, personas que representan a distintas organizaciones de los tres sectores involucrados: productores, consumidores e intereses generales.

Luego se concreta es una *norma*, entendida como el documento que establece, por consenso y aprobado por un organismo reconocido, reglas y criterios para usos comunes y repetidos. Es decir, establece las condiciones mínimas que deben reunir un producto o servicio para que sirva al uso al que está destinado.

El Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) es una asociación civil sin fines de lucro, que fue fundada en el año 1935 por representantes de los diversos sectores de la economía, del gobierno, y de las instituciones científico- técnicas. Los impulsaba el interés de que la Argentina contara con una institución técnica, independiente y representativa, una organización idónea para desarrollar las normas que requería una nación en pleno crecimiento.

A lo largo de los años y en mérito a su actividad, IRAM fue reconocido como Organismo Nacional de Normalización por sucesivas legislaciones nacionales. En el año 1994, fue ratificado en su función por el Decreto N°1474, mediante el cual se creó el Sistema Nacional de Normas, Calidad y Certificación que establece un organismo de normalización reconociendo a la actividad normativa su importancia como apoyo a la Gestión de la Calidad, y prevé la organización de una entidad que acredite a laboratorios de ensayo y de calibración, a los organismos de certificación y a los auditores de calidad, sobre la base de la normativa vigente.

En el campo de la normalización, IRAM es el único representante argentino ante las organizaciones regionales de normalización AMN (Asociación Mercosur de Normalización) y COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas) y ante las organizaciones internacionales ISO (International Organization for Standardization) e IEC (International Electrotechnical Commission) en este último caso, en conjunto con AEA (Asociación Electrotécnica Argentina) IRAM lidera los comités técnicos nacionales que analizan los documentos en estudio, canaliza las propuestas nacionales, fija la posición de Argentina ante estos organismos y está presente en la conducción de varios de los comités técnicos internacionales.

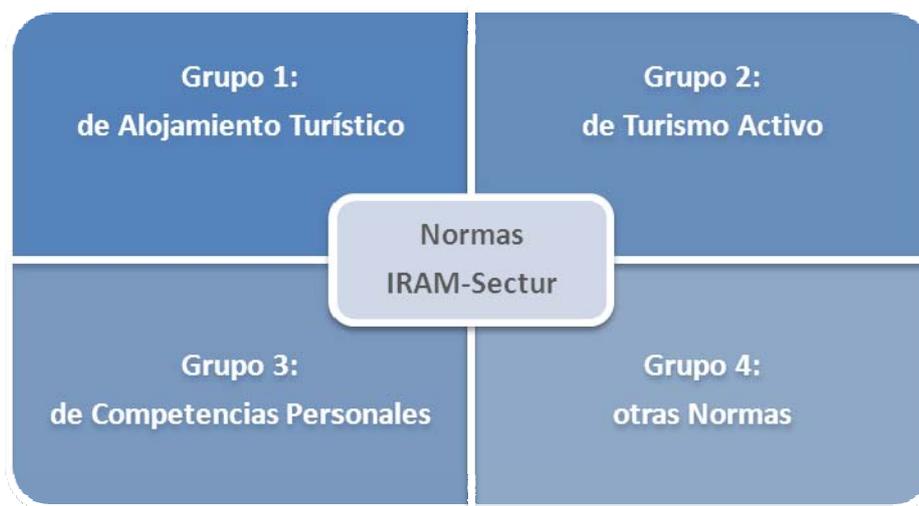
IRAM Normalización actúa hoy en los más diversos campos: Alimentos, Ambiente, Combustibles, Construcciones, Eficiencia energética, Electrotécnica, Energía, Gestión de la calidad, Química, Mecánica, Metalúrgica y siderúrgica, Responsabilidad social, Salud, Seguridad, Tecnología de la información.

En el campo de la certificación, representa a la Argentina ante las redes: IQNET (The International Certification Network) e IECEE (Worldwide Systems for Conformity Testing and Certification of Electrotechnical Equipment and Components). La actividad de IRAM en estos organismos excede lo técnico ya que participa de las instancias políticas de decisión de la mayoría de las organizaciones nombradas.

Actualmente, IRAM tiene su casa central en Buenos Aires y cuenta con filiales en todo el país y en el exterior, maximizando su proyección en el mundo a través de convenios con los más prestigiosos organismos de normalización y certificación.

3.3. RELACIÓN NORMAS IRAM-SECTUR Y MOVIMIENTO SLOW

En este apartado, se pretende analizar la posible relación entre las Normas IRAM-SECTUR y los valores y principios que caracterizan al Movimiento Slow; entendiendo que los mismos se vinculan con principios ecológicos y de conservación del medio ambiente y que las normas abarcan, entre otros temas, la cuestión de la Gestión Ambiental, la Calidad y la Seguridad. Dicha relación se describe por grupo de normas como se enumeraron precedentemente:



GRUPO 1

Para los fines de este grupo de normas se aplica el término Responsabilidad Social entendida como aquellas acciones de una organización para responsabilizarse del impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente, donde estas acciones:

- son consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible;
- están basadas en el comportamiento ético, cumplimiento con las leyes e instrumentos intergubernamentales aplicables;
- están integradas en las actividades en curso de la organización.

En este sentido, la dirección debe asegurar la existencia, ejecución y control de programas coherentes con un compromiso ambiental y de participación con la comunidad local, para la mejora de la calidad de vida de los residentes. De esta forma, se establecen las diferentes acciones de responsabilidad social que debe llevar a cabo el establecimiento, entre ellas:

- Favorecer y respaldar activamente a las empresas locales relacionadas con el turismo.
- Adquirir bienes y servicios locales, comprando a empresas medianas o pequeñas y a empresarios de minorías étnicas y grupos indígenas.

- Contratar personal local.
- Ejecutar programas de formación básica y de promoción para que la población local pueda aspirar a puestos de responsabilidad más adelante.
- Organizar cursos de idiomas para los empleados locales que no conozcan el idioma predominante de los huéspedes.
- Alentar al personal a integrarse en proyectos para la comunidad local y a seguir las prácticas ecológicas en el hogar.
- Informar a los huéspedes de las características culturales y religiosas locales, asesorando sobre la actitud que deben adoptar para mostrarse respetuosos.
- Orientar a los huéspedes a comprar productos locales.
- Donar equipamiento, productos o materiales del establecimiento a la comunidad local.
- Facilitar información a los huéspedes sobre los artículos de producción local.
- Comprar productos y materiales locales que requieran menos transporte, envasado y almacenamiento y permitan fortalecer las relaciones con la comunidad y aumentar el prestigio del establecimiento.
- Auspiciar la sensibilización y/o educación ambiental de la comunidad.

Dentro de los requisitos generales de la Planificación enuncia que el Manual de la calidad, la seguridad y el ambiente debe expresar:

- política y objetivos de calidad, seguridad y ambiental definidos y actualizados.
- aspectos de las normas que sean de aplicación en el establecimiento.
- organigrama de interrelación de funciones, que determina jerarquías, responsabilidades y descripción de cada cargo. Éste debe obedecer a las necesidades de la organización y al entorno.
- procedimientos requeridos por la presente norma.
- registros que demuestren que todas las actividades descritas en la norma y en los procedimientos son realizadas.
- descripción de procesos.
- programas requeridos por la presente norma.
- plan anual laboral donde se describan turnos de trabajo y personal, teniendo en cuenta la previsión de ocupación y se planifiquen las labores por áreas de responsabilidad específicas.

En cuanto al compromiso de la dirección, la misma debe asumir la responsabilidad del servicio ofrecido en el establecimiento, aportando las instalaciones, equipamiento, recursos y

herramientas de gestión necesarias para asegurar que se cumplan los procesos del servicio y los objetivos de calidad, seguridad y ambiental en forma sustentable.

Respecto a la planificación del sistema de gestión, la dirección debe definir la política de la calidad, la seguridad y el ambiente, y establecer los objetivos coherentes con la misma. Esta política debe ser compatible con el interés de todas las partes interesadas y debe estar documentada, difundida y comprendida por todos los integrantes de la organización, incluidos los externos o temporales.

Dentro de las generalidades de la limpieza, la organización debe disponer de un método documentado para gestionar la limpieza de las instalaciones y equipamiento, que asegure el uso de productos de limpieza compatibles con el ambiente.

En cuanto a los recursos y materiales de trabajo, la organización debe establecer y comunicar al cliente la opción de la reutilización de blancos en relación a acciones ambientales propuestas por el establecimiento.

En relación a la Gestión Ambiental propiamente dicha, se establecen los siguientes requisitos generales que debe llevar a cabo la dirección:

- definir, implementar y documentar un programa de buenas prácticas ambientales.
- designar a una persona responsable de la gestión ambiental del establecimiento para su seguimiento y control, que además comunique las políticas y objetivos al personal y a los huéspedes.
- prever las acciones encaminadas a la disminución del impacto ambiental, en los siguientes aspectos: energía, agua, gestión de residuos, sensibilización y capacitación dirigida al personal, sensibilización e información a los huéspedes y sensibilización de proveedores.
- revisar periódicamente el nivel de cumplimiento de dichas acciones, estableciendo medidas correctivas para aquellas que no alcanzan los niveles satisfactorios y registrar sus resultados.
- promover la participación del personal en las propuestas dirigidas a la disminución del impacto ambiental.
- establecer el carácter de opcional de las propuestas de prácticas ambientales que repercutan en los servicios ofrecidos al huésped.

En este sentido, se mencionan diferentes prácticas ambientales, referidas al uso racional de la energía y el agua, a la gestión de aguas residuales y residuos, la utilización de productos químicos, política de compras y contribución con la biodiversidad.

Por otro lado, se presenta un anexo detallando “Información útil y disponible para los huéspedes”, esta información es muy útil para los viajeros lentos, quienes prefieren organizar sus propios viajes y no depender de una guía ya fijada de antemano.

Dicha información debe abarcar:

- Dirección y teléfonos de organismos de turismo.
- Dirección y teléfonos de servicios: bancos, casas de cambio, cajeros, correos y telefonía.
- Dirección y teléfonos de emergencias y servicios de asistencia médica, policía y bomberos.
- Información de medios de transporte: aeropuertos, estaciones de ferrocarril, embarcaciones fluviales/lacustres, alquiler de autos, taxis o remises.
- Dirección de establecimientos de alimentación, establecimientos recreativos, instalaciones deportivas y tiendas especializadas.
- Atractivos y actividades recreativas, calendario de eventos y festivales de la localidad.
- Mapas y folletos.

GRUPO 2

Para este grupo, el turismo activo se define como viajes cuya motivación principal es la práctica de actividades turístico-recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales de un modo sustentable con la actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la protección del patrimonio natural y cultural del sitio visitado.

En relación a la *Gestión de la Calidad*, dentro del apartado gestión de los recursos, se menciona que la organización debe definir las responsabilidades y competencias necesarias para cada una de las funciones dentro del organigrama y para ello debe tener en cuenta la educación, la formación, las habilidades y la experiencia; con lo cual se establecen requisitos, competencias, capacitación y actualización que debe poseer el guía.

Asimismo, en relación a la operación y prestación del servicio, se toma en cuenta la capacidad de carga máxima del entorno, entendida esta como la cantidad de personas y el tipo de uso que un sitio puede soportar, sin degradar los recursos, el ambiente del lugar, o la calidad de la experiencia de la visita. En este sentido, se establece el número máximo de clientes por guía, dependiendo de la dificultad técnica y del compromiso de la actividad y la preparación técnica del cliente.

En cuanto a la información acerca del servicio, la organización debe poner a disposición del cliente previo a la contratación aspectos como: tarifas, itinerario, duración, servicios incluidos, equipo sugerido, entre otros.

Respecto a la *Gestión Ambiental*, la organización debe identificar aquellos aspectos ambientales asociados a sus actividades y desarrollar programas de mitigación, eliminación y/o compensación de los aspectos negativos. Cuando se evalúa su capacidad para influir en los aspectos ambientales asociados con una actividad, producto o servicio, la organización debe

considerar las reglamentaciones emitidas por la autoridad legal o contractual, sus políticas, asuntos locales o regionales y sus obligaciones y responsabilidades con las partes interesadas. En todos los casos, la organización debe considerar condiciones de operación normales y condiciones anormales, tales como situaciones de emergencia, accidentes e incidentes.

Además de los aspectos ambientales que la organización puede controlar directamente, también debe considerar los aspectos en que pueda influir, por ejemplo aquellos relacionados con los productos y servicios usados por la organización (Ej. compra de productos que contienen materiales nocivos o peligrosos) y aquellos relacionados con los productos y servicios que proporciona.

Para la identificación de aspectos ambientales, el enfoque seleccionado puede considerar, por ejemplo:

- a) flora y fauna;
- b) emisiones al aire;
- c) vertidos al agua;
- d) comunidades locales y pueblos originarios;
- e) descargas al suelo;
- f) uso de materias primas y recursos naturales (por ejemplo uso del suelo, uso del agua);
- g) residuos.

La organización debe desarrollar y documentar planes orientados a minimizar los aspectos ambientales significativos.

En uno de sus anexos, la mayoría de las normas de este grupo menciona el Programa Internacional NDR (no deje rastro), el cual ha sido diseñado para asistir a los visitantes de áreas naturales a prevenir o minimizar el impacto durante su visita; le brinda a las personas herramientas para evaluar sus acciones y tomar decisiones que causen el menor impacto. Es un programa que sugiere una ética de comportamiento en áreas silvestres más que reglas o directrices; su misión es promover una recreación responsable al aire libre y para ello tiene como base 7 principios:

- Planifique y prepare su viaje con anticipación.
- Viaje y acampe en superficies resistentes.
- Disponga de los desperdicios de la forma más adecuada.
- Respete la fauna silvestre.
- Minimice el impacto de fogatas.
- Considere a otros visitantes.

- Deje lo que encuentre.

En cuanto a la Gestión de la Seguridad, en lo referido al equipamiento, la organización debe:

a) determinar, proporcionar y mantener el equipo y las instalaciones necesarios para lograr la conformidad con los requisitos del programa y la prestación del servicio;

b) establecer un procedimiento documentado donde se establezca la metodología y las responsabilidades para la gestión y el mantenimiento en condiciones operativas y seguras del equipo identificado, instrucciones o guía de uso y mantenimiento, periodicidad o frecuencia del mantenimiento, mantener un control actualizado del tiempo de uso de los equipos, respetando la vida útil establecida por el fabricante y normativa que se aplica para el mantenimiento de los equipos;

c) asegurar a lo largo de la prestación del servicio de las condiciones de operatividad y funcionalidad de equipos propios y contratados.

d) asegurar que todos los guías y clientes involucrados dispongan del equipo necesario de acuerdo con lo dispuesto en el programa considerando la actividad a realizar, estacionalidad, altura y ambiente.

Cuando la organización disponga de instalaciones para la prestación del servicio debe establecer métodos para asegurar las condiciones de habitabilidad que no afecten la salud del cliente y del prestador.

Respecto a los seguros, la organización debe contar, como mínimo, con los seguros siguientes: seguros de vida para el personal en relación de dependencia; seguro de ART para el personal en relación de dependencia; seguro de accidentes personales del personal autónomo; seguro de responsabilidad civil que comprenda todas las actividades; seguro de accidentes personales de los pasajeros; seguros para los vehículos automotores (cuando se lo utiliza para la prestación del servicio).

En relación a la gestión de peligros y riesgos, la organización debe identificar y documentar los peligros existentes y, desarrollar y documentar planes orientados a minimizarlos; y proceder ante la ocurrencia de emergencias. Los planes deben incluir, como mínimo, la siguiente información:

a) riesgos objetivos (clima, geomorfología, horas de luz natural en las épocas de operación);

b) riesgos subjetivos (experiencia, conocimientos, capacidad técnica y física necesarias por parte de cada integrante del grupo);

c) protocolos y roles que se ejecutarán según sea la emergencia sanitaria, por accidentes o catástrofes naturales.

Asimismo, se recomienda mantener la unidad del grupo y que exista una distancia segura entre los guías que abren y cierran el grupo, considerándose como tal aquella que permita el contacto visual o auditivo entre ellos. Cuando sea necesario el guía debe realizar paradas para atender eventuales necesidades de los clientes, evaluando no comprometer la seguridad de la operación y del grupo.

La organización debe brindar a los clientes antes del comienzo de la actividad una charla de seguridad, la que debe prever:

- a) características del servicio, condiciones del programa;
- b) criterios y consecuencias por abandono del programa (voluntario o por decisión de la autoridad);
- c) duración de la actividad;
- d) riesgos inherentes a la actividad a realizar;
- e) recordar los puntos más importantes acerca de las precauciones que deben seguir en materia de seguridad, ética, cuidado del ambiente y comportamiento preventivo;
- f) roles y funciones dentro del grupo;
- g) recomendaciones a seguir ante posibles escenarios;
- h) códigos de comunicación;
- i) parámetros de respeto al medio ambiente y tratamiento de los residuos;
- j) información sobre las comunidades locales;
- k) información acerca de la existencia de botiquín, radio y plan de emergencia;

Por otro lado, se sugiere un botiquín básico, el cual debe estar accesible para utilizarlo rápidamente en caso de un accidente. Para armar el botiquín y completarlo con la cantidad de equipo adecuado, hay que tener en cuenta el número de personas, la zona a recorrer, la cantidad de días y los recursos disponibles. También tener en cuenta los problemas médicos que los clientes pueden tener o desarrollar, para poder agregar al botiquín los medicamentos recetados que los clientes proporcionen, por ejemplo: diabetes, alergia, asma, entre otros.

GRUPO 3

Este grupo de normas establece los requisitos de competencia laboral de los especialistas para:

- definir las responsabilidades y requisitos del especialista;
- contar con un marco de referencia para la optimización de la prestación de sus servicios.

El especialista es aquella persona que tiene la capacidad para liderar un grupo de clientes y que lo inserta en la actividad en la cual se especializa, teniendo conocimientos, formación y experiencia técnica comprobable sobre la misma.

Los requisitos comprenden requisitos generales y particulares según el ámbito de desempeño de la actividad, definidos de acuerdo al terreno donde ejerce sus competencias. Los mismos son: criterios de desempeño y requisitos asociados, estos últimos abarcan requisitos básicos, requisitos de conocimiento y formación, requisitos de atributos personales, requisitos de habilidades, requisitos de experiencia laboral previa y satisfacción por los servicios prestados.

En relación a la Gestión de la Calidad, el especialista debe establecer los métodos para obtener información sobre la satisfacción de sus clientes o usuarios. Si se identifican no conformidades, el especialista debe analizar y determinar las causas de las mismas, a fin de planificar acciones correctivas al respecto. Así también, debe dar tratamiento a las oportunidades de mejora que se obtuvieran de la información proveniente de la retroalimentación con los clientes o usuarios; y debe mantener registro de la satisfacción de los clientes o usuarios, y de las acciones derivadas de la información obtenida.

En cuanto a la Gestión Ambiental, este grupo de normas también hace mención del Programa Internacional NDR (no deje rastro).

GRUPO 4

Dentro de este grupo encontramos las normas referidas a:

- 1. Servicios turísticos en áreas naturales protegidas:** todos los requisitos del documento son genéricos y pretende que sean aplicables a todas las personas físicas o jurídicas que administran áreas naturales protegidas sin importar su tipo (privada, pública o mixta), clasificación, tamaño o jurisdicción. Son extensivos también a las áreas protegidas culturales.

Se entiende por área natural protegida a aquellas “zonas de la superficie, subsuelo terrestre y/o cuerpos de agua existentes que, por razones de interés general, especialmente de orden científico, económico, estético o educativo deban sustraerse de la libre intervención humana a fin de asegurar la existencia a perpetuidad de uno o más elementos naturales y/o culturales, especialmente consagrada a la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica, así como de los recursos naturales y los recursos culturales asociados, y supervisada a través de medios jurídicos u otros medios eficaces”.

- 2. Museo:** Referido a una *“institución permanente, sin fines de lucro y al servicio de la sociedad y su desarrollo, que es accesible al público y acopia, conserva, investiga,*

difunde y expone el patrimonio material e inmaterial de los pueblos y su entorno para que sea estudiado, eduque y deleite al público”.

3. Restaurante: los restaurantes a los que aplica esta norma pueden estar ubicados en establecimientos de alojamiento turístico o independiente de éstos, que respondan a una nueva inversión, los que se remodelen y los que estén en explotación. Se define como: *“establecimiento donde se vende comida para ser consumida en el mismo lugar, tanto elaborada en el establecimiento como producida por terceros”.*

4. Organización de eventos: dentro de esta norma se aplican los términos y definiciones siguientes:

- Etapas de la organización de eventos:

Evento: apertura

Producción: confirmación del servicio

Pre-evento: ejecución de las tareas de producción

Pos-evento: cierre

- Evento: encuentro organizado profesionalmente en pos de un objetivo convocante.

- Ejercicio profesional: actividad realizada de manera habitual, demostrando presencia en el mercado y acreditando operaciones continuas durante los últimos tres años.

- Organizador de eventos o prestador: persona física o jurídica que, administrando recursos propios o de terceros, se encarga de diseñar, planificar, organizar, implementar y supervisar aspectos de un evento de manera profesional.

- Validez de la oferta: es el tiempo durante el cual se mantienen las condiciones de precios y servicios ofrecidos en la propuesta.

5. Empresas intermediadoras de servicios turísticos: se refiere a una “organización comercial que actúa como intermediario entre el proveedor de servicios y el cliente; provee asesoramiento para la planificación y compra de servicios turísticos”.

Los servicios turísticos se definen como la prestación, mediante precio, de las siguientes actividades: logística, alojamiento, restauración, comercialización del producto turístico, difusión y asesoramiento, entretenimiento y cualquiera de las actividades de esparcimiento y ocio, junto a otras actividades calificadas como turísticas.

En términos generales, todas las normas de este grupo excepto la (1) coinciden con el GRUPO 1 en cuanto a la Planificación, asegurando que la organización debe:

- establecer un manual de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente; evidenciar su compromiso, asignando a una persona que asuma la responsabilidad del servicio ofrecido y asegure el cumplimiento del manual mencionado anteriormente.

- definir la política que exprese el compromiso con la calidad, la seguridad y el ambiente; y establecer los objetivos coherentes con la misma, para ello se debe identificar y planificar las acciones y recursos que permitan alcanzar dichos objetivos.

En relación a la Gestión Ambiental, (2) y (3) coinciden con el GRUPO 1 en cuanto a los requisitos generales que debe llevar a cabo la dirección, mencionados anteriormente. Asimismo junto con (5), plantean a modo informativo el anexo referido a prácticas ambientales: uso racional de la energía y el agua, a la gestión de aguas residuales y residuos, la utilización de productos químicos, política de compras y contribución con la biodiversidad.

Otro de los anexos que figuran en (3), (4) y (5), como así también en el GRUPO 1, es el referido a las acciones de responsabilidad social que debe llevar a cabo el establecimiento, también enumeradas anteriormente.

Respecto a la Gestión de Calidad, en todas las normas de este grupo, excepto en (1), en el plano de los Recursos Humanos la dirección debe:

- definir los perfiles de puestos de trabajo que considera clave en la prestación del servicio al visitante, describiendo las aptitudes y habilidades necesarias para su desempeño, nivel de formación y experiencia, acordes con las funciones propias de cada uno de ellos.
- definir reglas de cortesía y trato con el visitante para el conjunto del personal y para cada puesto específico de trabajo.
- asegurar el soporte físico y técnico necesario para facilitar el correcto desempeño del personal en las funciones asignadas.

En cuanto a la selección e incorporación de personal, la dirección debe:

- definir un proceso de selección para el personal de nueva incorporación que asegure la adecuación a los perfiles requeridos para el puesto de trabajo, cuando sea aplicable;
- brindar información introductoria al nuevo personal, permanente o eventual, donde se transmita la política, objetivos de gestión y la operativa de la organización.

En lo referido a la formación la dirección debe proporcionar la capacitación necesaria y continua para que el personal mantenga un adecuado nivel de calidad en la prestación de los servicios correspondientes a las funciones específicas del mismo.

Para la comunicación interna, la dirección debe:

- definir y asegurar un sistema de comunicación interno que dé a conocer los requisitos relativos a las producciones patrimoniales y servicios que tengan incidencia en la calidad de la prestación.
- comunicar a todos los integrantes de la organización el resultado del servicio y el grado de satisfacción del visitante.

- asegurar los medios para que el personal comunique sus comentarios y sugerencias acerca del servicio y de la organización en general.

Por otro lado, en el aspecto de la Mejora, se plantea que en cuanto a la medición, la dirección debe:

- definir, medir y realizar el seguimiento de los indicadores de los procesos de la prestación del servicio.
- medir y realizar el seguimiento de las características del servicio para verificar que cumplen los requisitos del mismo.
- definir e implementar un sistema de medición documentado de la satisfacción del visitante.
- medir el nivel de cumplimiento de los objetivos de la calidad, la seguridad y el ambiente definidos.

Asimismo, la dirección debe realizar auditorías internas periódicas, para determinar si el sistema de gestión se encuentra conforme a los requisitos de la norma; implementar un sistema para el tratamiento y respuesta de quejas o reclamos de los visitantes que establezca los medios y soportes que faciliten a los mismos su presentación; e implementar un sistema para el tratamiento de las sugerencias.

En cuanto a la mejora continua, la dirección debe establecer un método para identificar, analizar y definir acciones que aseguren la mejora continua y establecer acciones correctivas ante no conformidades y desvíos relacionados con requisitos y analizar sus causas.

En términos específicos, en relación al concepto de alimentos Buenos, Limpios y Justos que trata Slow Food, en la norma (3) se tratan y definen los siguientes conceptos:

- ✓ Buenas prácticas de manufactura: procedimientos necesarios para lograr alimentos inocuos y saludables.
- ✓ Inocuidad: la garantía de que los alimentos no causan daño al consumidor cuando se elaboran o consuman de acuerdo con el uso al que se destinan (su sinónimo es calidad sanitaria).
- ✓ Saneamiento: acciones destinadas a mantener o restablecer un estado de limpieza y desinfección en las instalaciones, ambientes y equipos, para impedir la contaminación microbiana del producto.

A su vez, en uno de sus anexos se resumen los procedimientos necesarios para lograr alimentos inocuos y saludables, como “Requisitos sobre buenas prácticas de manufactura (BPM) en servicios de alimentos”; cuyo objeto y campo de aplicación es, entre otros, comedores escolares e industriales, hospitales, geriátricos, cárceles, hoteles, restaurantes,

confiterías, servicios de "catering", supermercados y servicios de expendio de comidas minorista.

También, se establecen requisitos edilicios y de higiene de los establecimientos de elaboración, distribución y de Servicio; requisitos sanitarios y de higiene del personal y requisitos de higiene en la elaboración de alimentos.

En cuanto a la norma de Servicios turísticos en áreas naturales protegidas (1) en particular, en relación a la Gestión Ambiental, se establece:

- desarrollar programas de educación ambiental que incluyan la difusión de prácticas de bajo impacto.
- documentar y comunicar al personal y a los visitantes los criterios o instrucciones a seguir para alcanzar una buena gestión ambiental.
- difundir en las comunidades locales de la importancia de los valores del área natural protegida.
- la arquitectura y la estructura general de los equipamientos deben ser respetuosas con el entorno.

En cuanto a la Gestión del impacto social:

- trabajar desde el turismo responsable, con políticas activas de responsabilidad social empresarial, donde se incluya a la comunidad local en la toma de decisiones.
- desarrollar programas de sensibilización turística y promover planes de desarrollo estratégico local, sistemas de diálogo comunitario, integrando personal propio y vecinos directos, promoviendo las producciones locales y el comercio local, en el marco del comercio justo y practicar y fomentar el trabajo local y legal.
- adoptar acciones concretas para promover el entendimiento y respeto hacia las culturas y costumbres autóctonas, teniendo en cuenta la diversidad étnica, reconociendo los valores políticos, sociales y culturales de los distintos grupos.

En lo referido a la Gestión de la Calidad del servicio, la organización debe establecer los criterios para la evaluación de: la calificación y capacitación del personal, el cumplimiento de todas las leyes y disposiciones emanadas de las autoridades con jurisdicción en la zona de la concesión, el mantenimiento, uso y aseo de la infraestructura y equipamiento a su cargo, el suministro de información tendiente a la comprensión y apreciación de los valores ambientales y culturales del área, la colaboración con la organización del área natural protegida en la recolección de datos estadísticos de la demanda, censos y/o encuestas, que se establezcan o formulen oportunamente.

En lo que respecta a la Calidad ambiental, la organización debe asegurar que el concesionario:

- implementa técnicas de bajo impacto que consideren gestión de residuos, consumo de agua y energía.
- supervisa los impactos negativos que genere la actividad que desarrolla.
- adopta una actitud responsable, colaborativa y proactiva hacia los senderos por los cuales transita, aportando a su correcto diseño, fortalecimiento y mantenimiento.

Por último, para la Gestión de la Seguridad, la organización debe asegurar que el concesionario implementa medidas de disminución de riesgos y prevención de accidentes a los que esté expuesto el usuario de sus servicios, el personal propio y contratado del concesionario, en consonancia con el plan general de contingencia del área natural protegida.

CONCLUSIÓN

CONCLUSIÓN

En una primera instancia se concluye que los usos del tiempo libre se ven afectados, como consecuencia de un contexto social caracterizado principalmente por los continuos avances científicos e innovación tecnológica, el mayor y fácil acceso a la información, una notoria globalización económica y cultural, dilemas tales como cultura de la pantalla versus cultura del contacto personal / entorno físico versus entorno virtual, gran stress y aceleración en el desarrollo de las actividades cotidianas.

Todo esto, sumado al perfil del turista actual, el cual se encuentra más informado y experimentado, posee motivaciones más complejas, considera al entorno y la cultura local como parte de la experiencia turística, se relaciona con la comunidad y aprende acerca del destino; da lugar a una novedosa modalidad de turismo denominada Slow Travel, en el marco de la filosofía del Movimiento Slow.

El turista Slow se caracteriza por hacer uso de su tiempo libremente, es decir, no se deja llevar por imposiciones comerciales y se dedica a contemplar el entorno en su totalidad, a integrarse a la comunidad en la que se encuentra, investiga sobre la cultura del sitio, degusta las comidas propias del lugar y permanece varios días en el sitio escogido. Slow Travel recomienda no tener prisas, elegir un destino que sea viable de conocer bien en los días de los que se dispone, no marcarse metas establecidas sino atreverse a improvisar, disfrutar no solo del destino, también del viaje; en fin, se trata de ser activos pero tomándose el tiempo para disfrutar.

En una segunda instancia, luego de haber analizado en profundidad los conceptos y recomendaciones tratados por los cuatro grupos de normas IRAM-SECTUR y destacar y enumerar los valores y principios compartidos por el Movimiento Slow y sus diferentes modalidades, se afirma que algunos de ellos se encuentran presentes en las normas, principalmente el valor de la responsabilidad y sus diferentes variables.

En cuanto a los valores de unidad y cooperación, se puede establecer una relación en el sentido que, por un lado, las normas IRAM son el fruto del consenso técnico entre los diversos sectores involucrados, los que a través de sus representantes han intervenido en los Organismos de Estudio de Normas correspondientes y fueron elaboradas en conjunto con la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) en virtud del convenio existente entre ambas entidades, por otro lado dentro del Movimiento Slow encontramos diferentes agrupaciones, ya sean organizaciones formales, fundaciones, asociaciones, con una misión y objetivo común.

En cuanto a la gestión de la calidad, Slow Cities (SC) tiene como objetivo incrementar la calidad de vida de la población, mientras que Slow Food (SF) se propone resguardar productos de alta calidad. Respecto a la gestión del ambiente, para (SC) la protección del medio ambiente es uno de los requisitos para acceder a la certificación como tal, por su parte (SF) establece como requisito para formar parte de la red de restaurantes KM0 que los mismos gestionen

residuos para su correcto reciclaje y manejan el concepto de alimentos Limpios, el Slow Travel (ST) tiene una actitud responsable frente al medio ambiente.

Respecto a la gestión de la seguridad, (SF) defiende la conservación del Patrimonio Alimentario a través del Proyecto "Arca del Gusto" y el Encuentro mundial "Terra Madre". En lo referido a la responsabilidad social, (SF) establece como otro requisito para formar parte de la red que los restaurantes compren la materia prima directamente a los productores y manejan el concepto de alimentos Justos, (SC) apunta a favorecer los productos autóctonos.

Asimismo, en las diferentes normas se plantean a modo informativo anexos referidos a prácticas ambientales, el programa internacional "no deje rastro", el cual sugiere una ética de comportamiento en áreas naturales; acciones de responsabilidad social que deben llevar a cabo las organizaciones; información útil y disponible para los huéspedes de las diferentes modalidades de alojamiento (muy útil para los viajeros lentos, quienes prefieren organizar sus propios viajes); y los requisitos sobre buenas prácticas de manufactura en servicios de alimentos. Todo ello presenta una estrecha relación con el valor de la responsabilidad: medioambiental, social y económica.

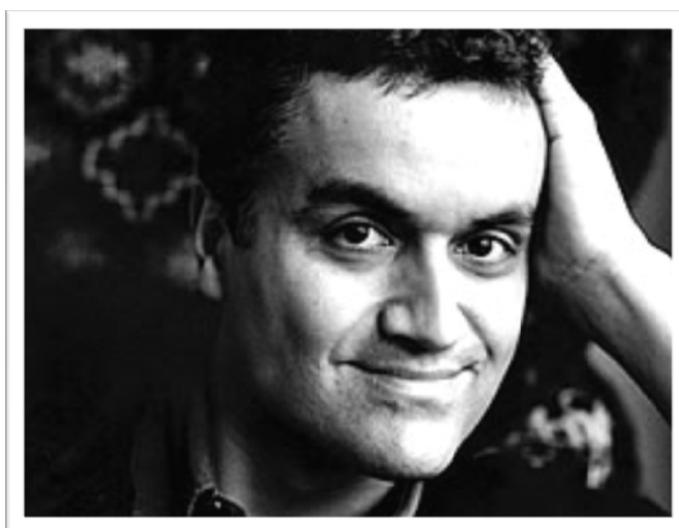
Por último, la presente monografía realiza un aporte conceptual y descriptivo que contribuye a ampliar la escasa bibliografía disponible referida al Movimiento Slow en general, y al Slow Travel en particular, principalmente a nivel nacional. Como así también un mayor acercamiento a las normas IRAM-SECTUR, que si bien en líneas generales, el concepto de calidad turística es muy utilizado en los últimos años, no lo es tanto el manejo de la gestión del ambiente, la seguridad y la calidad en los diferentes ámbitos, organizaciones y competencias turísticas.

ANEXOS

- **ANEXO I: Entrevista realizada al periodista Carl Honoré por Ima Sanchís para “La Vanguardia Digital”. España, 06 de Febrero de 2005.**

“Hemos perdido la capacidad de esperar”

Tengo 37 años. Nací en Edimburgo, vivo en Londres y fui criado en Canadá. Estoy casado y tengo dos hijos de seis y tres años. Soy licenciado en Historia Moderna. Ejercí de periodista, he trabajado para ‘The Globe and Mail’, ‘Nacional Post’, ‘The Guardian’ y ‘The Economist’. Soy de centroizquierda. Creo que hay algo más allá del hombre y de la experiencia que tenemos en esta vida. Acabo de publicar en España ‘Elogio de la lentitud’ (RBA), que se ha traducido ya a 15 idiomas.



- **No es necesario que salgas de tu cuarto. Quédate sentado a tu mesa y escucha...”**

“...No escuches siquiera, límitate a esperar. No esperes siquiera, permanece inmóvil y solitario. El mundo se te ofrecerá libremente para que lo desenmascaras. No tiene elección. Girará arrobado a tus pies”. Así expresó Franz Kafka lo que ya había dicho Platón, que la forma superior del ocio era permanecer inmóvil y receptivo al mundo.

- **¿Nada más lejos de nuestros conceptos actuales?**

Estamos atrapados en la cultura de la prisa y de la falta de paciencia. Vivimos en un estado constante de hiperestimulación e hiperactividad que nos resta capacidad de gozo, de disfrutar de la vida, de acceder al placer que uno puede hallar en su trabajo, en las relaciones humanas o en la comida.

- **Entonces, ¿nos hemos quedado sin placeres cotidianos?**

Somos muy superficiales, no profundizamos en esas cosas, si no le aseguro que cada mediodía nos buscaríamos una agradable terraza en la que comer al sol o un restaurante que nos ofrezca nuestra comida casera preferida. Pero optamos por alimentarnos sin disfrutar ¡porque tenemos mucho trabajo! El consumo de drogas en las empresas estadounidenses ha aumentado un 70% desde 1998, estimulantes para rendir más y más.

- **¿Y cree entonces que la lentitud es la solución?**

La lentitud nos devuelve una tranquilidad y un ritmo pausado que nos permite ser más creativos en el trabajo, tener más salud y poder conectarnos con el placer y con los otros. Hay que reaprender el arte de gozar si queremos ser felices.

- **“Quien se interesa exclusivamente por la búsqueda del bienestar mundano - decía Tocqueville – siempre tiene prisa, pues sólo “dispone de un tiempo limitado para asirlo y disfrutarlo”.**

Tratamos de amontonar tanto consumo y tantas experiencias como nos sea posible. No sólo deseamos una buena profesión, sino también seguir cursos de arte, ejercitarnos en el gimnasio, leer todos los libros de las listas de los más vendidos, salir a cenar con los amigos, ir al cine, comprar los adminículos de moda, tener una satisfactoria vida sexual...

- **¿Y le parece mal?**

El resultado es una corrosiva desconexión entre lo que queremos de la vida y lo que, de una manera realista, podemos tener, lo cual alimenta la sensación de que nunca hay tiempo suficiente.

- **La rapidez, ¿produce rabia?**

Es una de las consecuencias de vivir acelerado. La rabia flota en la atmósfera: rabia por la congestión de los aeropuertos, por las esperas, por las aglomeraciones en los centros de compras, por las relaciones personales, por la situación en el puesto de trabajo, por los tropiezos en las vacaciones. Todo objeto inanimado o ser viviente que se interpone en nuestro camino, que nos impide hacer exactamente lo que queremos hacer cuando lo queremos hacer, se convierte en nuestro enemigo. Hemos perdido la capacidad de esperar. La cultura de la gratificación instantánea es muy peligrosa.

- **¿Cuándo nació la enfermedad del tiempo?**

El término lo acuñó un médico estadounidense en 1982, Larry Dossey, para denominar la creencia obsesiva de que el tiempo se aleja, no lo hay en suficiente cantidad, y debes pedalear cada vez más rápido para mantenerte a su ritmo. Hoy, todo el mundo sufre esa enfermedad.

- **La rapidez es dinero.**

Estamos pasando de un mundo donde el grande se comía al chico a otro donde el rápido se come al lento, dijo Klaus Schwab, presidente y fundador del Foro Económico Mundial. La

importancia de la rapidez en la vida económica es infernal hoy día y eso no lo podemos cambiar, pero sin equilibrio no podremos sobrevivir mucho tiempo.

- **Sí, pero los rápidos son más productivos.**

Los expertos coinciden en que el exceso de trabajo acaba por ser contraproducente. Según la Organización Internacional del Trabajo, los británicos pasan más tiempo en el trabajo que la mayoría de los europeos y, sin embargo, tienen una de las tasas de productividad por hora más bajas del continente. A menudo, TRABAJAR MENOS SIGNIFICA TRABAJAR MEJOR. Pero más allá del gran debate sobre la productividad se encuentra la pregunta probablemente más importante de todas: ¿para qué es la vida?

- **Algún día nos cansaremos de vivir en la oficina.**

En un estudio reciente llevado a cabo por economistas en la Universidad de Warwick y el Dartmouth College, el 70% de las personas encuestadas en 27 países expresó su deseo de un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida privada. Los directores de personal del mundo industrializado informan que los aspirantes jóvenes han empezado a formular preguntas que habrían sido impensables hace 10 o 15 años: “¿Puedo salir de la oficina a una hora razonable por la tarde?”

- **Los grandes hombres siempre han dedicado tiempo a pensar en las musarañas.**

Un reciente estudio de la NASA ha revelado que mantener los ojos cerrados durante 24 minutos obra maravillas en la atención y el rendimiento de un piloto. Y sí, muchos de los personajes históricos más vigorosos y triunfadores han sido inveterados partidarios de la siesta: John F. Kennedy, Thomas Edison, Napoleón Bonaparte, John Rockefeller, Johannes Brahms...

- **Pero los intelectuales y los pseudointelectuales de hoy día tienen respuestas inmediatas para todo.**

En vez de pensar en profundidad, ahora gravitamos de manera instintiva hacia el sonido más cercano. Las mentes mediáticas a las que hoy escuchamos realizan análisis inmediatos de los acontecimientos en el mismo momento en que se producen, y con frecuencia se equivocan, pero eso apenas importa: en el país de la velocidad, el hombre que tiene la respuesta inmediata es el rey. Pero ya Gandhi decía que en la vida hay algo más importante que incrementar su velocidad.

- **Puede que la rapidez sea nuestra manera de evadirnos.**

La velocidad es una manera de no enfrentarse a lo que le pasa a tu cuerpo y a tu mente, de evitar las preguntas importantes. La gente tiene miedo a abrazar la lentitud, existe un prejuicio muy arraigado. Lento es sinónimo de torpe, lerdo, perezoso. Pero creo que hay mucha gente en un brete, porque por un lado le parece obvio que debe cambiar su ritmo y, por el otro, la sociedad le manda un bombardeo de mensajes que aseveran que la velocidad es Dios.

- **¿Qué mundo se descubre con la lentitud?**

Según mi experiencia hay un antes y un después. Creo que vivir deprisa no es vivir, es sobrevivir. Nuestra cultura nos inculca el miedo a perder el tiempo, pero la paradoja es que la aceleración nos hace desperdiciar la vida. La mejor forma de aprovechar el tiempo no es hacer la máxima cantidad de cosas en el mínimo tiempo, sino buscar el ritmo adecuado a cada cosa. Hay que plantearse muy seriamente a qué dedicamos el tiempo. Nadie en su lecho de muerte piensa: “Ojalá que hubiera pasado más tiempo en la oficina o viendo la tele”, y, sin embargo, son las cosas que más tiempo consumen en la vida de la gente.

- **¿Hemos pervertido el concepto de ocio?**

La filosofía del trabajo la aplicamos en el ocio, que se vuelve una obligación, y caemos en la trampa de hacer demasiado. Hay que reintroducir la idea del juego tanto en el trabajo como en el ocio.

- **Los esquimales llaman a hacer el amor “reír juntos”.**

El sexo en nuestra sociedad está tan contagiado de la enfermedad de la prisa como todo lo demás, pero en este caso perdemos muchísimo. Disfrutar de una buena relación íntima va mucho más allá de la duración del orgasmo, significa darle otro nivel de profundidad; el vínculo psicológico o la comunicación espiritual es el mayor de los placeres, pero requiere tiempo antes, durante y después. Cada vez más gente en Estados Unidos decide, como el cantante Sting, aprender el sexo tántrico.

- **De las filosofías que explican el tiempo, ¿cuál prefiere?**

Las tradiciones filosóficas para las que EL TIEMPO ES CÍCLICO, como la china, la hindú o la budista. Según estas culturas, el tiempo nos rodea, renovándose, como el aire que respiramos. Pero en la tradición occidental el tiempo es lineal, un recurso finito. Los monjes benedictinos, que se regían por un horario muy apretado, creían que el diablo buscaba trabajo en las manos ociosas.

- **¿Cómo educar a un niño a un buen ritmo?**

A cada vez más padres el instinto les dice que la escuela no es el mejor lugar para educar a sus hijos. Actualmente, más de un millón de jóvenes estadounidenses están siendo escolarizados en casa, 90.000 en Gran Bretaña, 30.000 en Australia y 80.000 en Nueva Zelanda. Es una manera de liberar al niño de la tiranía del horario, de dejarles aprender y vivir a su ritmo. Es decir, permitirles ser lentos.

- **¿Con buenos resultados?**

Las investigaciones demuestran que los niños educados en casa aprenden más rápido y mejor que los alumnos en aulas convencionales. Y también se ha comprobado que tienen mucho éxito en sus estudios superiores. El temor de que su relación social no sea buena en el futuro también es infundado. Los padres que educan a sus hijos en casa establecen contacto con

otras familias para compartir la enseñanza, juegos y viajes de estudio. Como avanzan con más rapidez, estos niños disponen de más tiempo libre para afiliarse a clubs.

- **Para ellos puede que el peligro sea la televisión.**

Ese es un peligro universal. Cada vez más especialistas relacionan la televisión con el déficit de atención. La extrema velocidad visual de la pequeña pantalla ejerce con toda certeza un efecto en los cerebros juveniles. Un vídeo de Pokémon lleno de luces destellante que emitió la televisión japonesa en 1997 causó ataques epilépticos a casi 700 niños. Para protegerse de las demandas, las empresas de software adjuntan a sus juegos advertencias sobre los riesgos para la salud que conllevan. En general, creemos que la televisión nos relaja y no es cierto. De media, EN ESPAÑA SE PASAN CUATRO HORAS DIARIAS FRENTE AL TELEVISOR. La tele se ha vuelto el agujero negro del tiempo en la vida moderna, chupa todo el tiempo de ocio y nos deja cansados, hiperestimulados y pobres de tiempo.

- **Quizá la velocidad sea una manera del propio sistema para tenernos controlados.**

Creo que el capitalismo es un sistema muy flexible y que se puede adaptar, aunque el movimiento en defensa de la lentitud implique un cambio cultural muy profundo. Pero cada vez hay más gente que defiende la lentitud, llegar a una masa crítica es cuestión de tiempo.

- **¿Cuál es el primer paso?**

Aceptar que uno vive mejor cuando hace menos. Mirar la agenda y colocar todo lo que hacemos durante la semana en orden de prioridad y empezar a cortar desde abajo, lo que no resulta nada difícil, porque llenamos nuestro tiempo de cosas que no son esenciales, lo hacemos por reflejo, porque eso es lo que se hace. El segundo paso es seleccionar los programas de televisión que nos interesan y no encenderla por costumbre. Así le podrá dar más tiempo a las cosas importantes: la comida, las relaciones, el sexo, lo lúdico y la calidad de trabajo.

- **¿No tiene la sensación que haciendo menos la vida se reduce?**

Ese es el miedo, pero la realidad es la contraria: al no estar atrapado en la telaraña de compromisos las cosas empiezan a ocurrir casi de forma sorprendente e inesperada.

- **ANEXO II: Localización de los Convivium en Argentina**



-Fuente: Elaboración propia-

Referencias:

1. “Buenos Aires”, Buenos Aires.
2. “Punto Slow Food Buenos Aires”, Buenos Aires.
3. “Palermo – Buenos Aires”, Buenos Aires.
4. “Cordobaslow”, Córdoba.
5. “Chubut”, El Hoyo, Chubut.
6. “La Pampa”, Gral. Pico, La Pampa.
7. “Río Negro”, Luis Beltrán, Río Negro.
8. “Mar del Plata”, Mar del Plata, Buenos Aires.
9. “Espíritu Comechingón”, Merlo, San Luis.
10. “Neuquén”, Neuquén capital.
11. “Oberá”, Oberá, Misiones.

12. "Posadas", Posadas, Misiones.
13. "Comarca Península Valdés", Puerto Madryn, Chubut.
14. "Rosario y su región", Rosario, Santa Fé.
15. "Bio Argentina Mendoza", Maipú, Mendoza.
16. "Raíz de Cuyo", San Juan,
17. "Cultivos Andinos", San Salvador de Jujuy, Jujuy.
18. "Quebrada de Humahuaca", Tilcara, Jujuy.
19. "Tierra del Fuego", Ushuaia.

- **ANEXO III: Sistema Argentino de Calidad Turística - Isologos**

- ✓ Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)



- ✓ Programa Buenas Prácticas en Destinos



- ✓ Directrices de Gestión



- ✓ Programa Excelencia en la Gestión



- ✓ Normas Sectoriales



- ✓ Club de Excelencia



BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Acerenza, Miguel, *Administración del turismo. Conceptualización y organización*, México, Editorial Trillas, 1984.

Botta, Mirta, *Tesis, monografías e informes. Nuevas normas y técnicas de investigación y redacción*, Editorial Biblos, 2004.

Boullón, Roberto, *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*, México, Editorial Trillas, 1998.

Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid, Editorial Alianza, 1997.

De la Torre Padilla, *El turismo. Fenómeno social*, México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 1980.

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P., *Metodología de la Investigación*, México, Mc Graw Hill, 2003.

Honoré, Carl, *Elogio de la lentitud. Un movimiento mundial desafía el culto a la velocidad*, Buenos Aires, Del Nuevo Extremo, 2005.

Jafari, Jafar, *Enciclopedia del turismo*, Madrid, Síntesis, 2000.

Kotler, Philip, *Análisis, Planificación, Gestión y Control de Marketing*, 1997.

Leif, Joseph, *Tiempo libre y tiempo para uno mismo. Un reto educativo y cultural*, Madrid, Narcea S.A. Ediciones, 1992.

Mathieson, A. y Wall, G., *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*, México, Trillas, 1990.

McIntosh, Robert W., Goeldner, Charles R. y Ritchie, J. R. Brent, *Turismo: planeación, administración y perspectivas*, México, LimusaWiley, 2001.

Mendicoa, Gloria E., *Sobre Tesis y Tesistas*, Buenos Aires, Espacio Editorial, 2003.

Organización Mundial de Turismo (OMT), *Introducción al turismo*, 1998.

Romero, Héctor M., *Sociopsicología del turismo*, México, Ediciones Daimón de México S.A., 1977.

Wallingre, Noemí y Toyos, Mónica, *Diccionario de turismo, hotelería y transportes*, Buenos Aires, MPS, 1998.

ARTÍCULOS DE REVISTAS, PUBLICACIONES VIRTUALES Y OTROS

Argentina, Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación, *Calidad en servicios turísticos, Catálogo de experiencias exitosas en implementación de sistemas de gestión de calidad*, Buenos Aires, 2005.

Benseny, Graciela, "El espacio turístico litoral", *Aportes y Transferencias – Tiempo Libre, Turismo y Recreación*, UNMDP, FCEyS, Centro de Investigaciones Turísticas, Año 10, Volumen 2, 2006.

Bertoncello, Rodolfo, "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas", *Aportes y Transferencias – Tiempo Libre, Turismo y Recreación*, UNMDP, FCEyS, Centro de Investigaciones Turísticas, Año 6, Volumen 2, 2002.

Castellucci, Daniela I., *Sistemas de calidad en turismo. Posibilidades y restricciones de su implementación en Mar del Plata*, Tesis de Maestría en Desarrollo Turístico Sustentable, UNMDP, 2011. (<http://nulan.mdp.edu.ar/1203>)

García, Gotero, Muñoz y Zambelli, *En busca de una re-creación diferente*, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMDP, 1995.

Marques, Peré, *La cultura de la sociedad de la información. Aportaciones de las TIC*, Barcelona, Facultad de Educación, Departamento de Pedagogía aplicada, 2000. (<http://peremarques.pangea.org/si.htm>)

Martínez Coll, Juan Carlos, *Las necesidades sociales y la pirámide de Maslow en la Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes*, 2001. (http://www.eumed.net/cursecon/2/necesidades_sociales.htm)

Pingel, Cecilia, *Turismo Solidario en el marco del Turismo Responsable. Contextos, Conceptos y Aplicaciones*, Monografía de Graduación (Licenciatura en Turismo) Mar del Plata: UNMDP, 2007.

Ramírez, Norberto Luis, *"La recreación del valor responsabilidad en el Sector Turístico. Una experiencia de Taller Pedagógico", Aportes y Transferencias – Tiempo Libre, Turismo y Recreación*, UNMDP, FCEyS, Centro de Investigaciones Turísticas, Año 11, Volumen 2, 2007. (<http://nulan.mdp.edu.ar/335>)

SITIOS WEB

<http://www.indec.gov.ar> (consulta: 20 de febrero de 2009)
<http://www.mardelplata.gov.ar> (consulta: 20 de febrero de 2009)
<http://www.secontur.com> (consulta 25 de febrero de 2009)
<http://www.slowtrav.com> (consulta: 12 de septiembre de 2008)
<http://www.slowtravel.cl> (consulta: 12 de septiembre de 2008)
<http://www.consumer.es> (consulta: 12 de septiembre de 2008)
<http://www.slowplanet.com> (consulta: 12 de septiembre de 2008)
http://www.aat.org.ar/Slow_mundial.htm (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://es.wikipedia.org> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.puntoslowfoodbaires.com.ar> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.vidapositiva.com/Placeres-de-la-Vida/El-movimiento-Slow.html> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.clarin.com/diario/2006/01/30/sociedad/s-02601.htm> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://movimientoslow.com/es/filosofia.html> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.cittaslow.net> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.slowfood.com> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://slowdownnow.org> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.slowfoodfoundation.org> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.tresarroyosslow.com.ar/favorite.htm> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.elperiodista3a.com.ar/feb07/nota3.htm> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.webnova.com.ar/articulo.php?recurso=684> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.noticiasurbanas.com.ar/opinion.shtml?x=40802> (consulta: 26 de marzo 2009)
<http://www.manerasargentinas.com.ar> (consulta: 11 de junio 2009)
<http://www.slowsex.it>(consulta: 12 de junio 2009)
<http://www.cordovavirtual.com.ar/san-javier-de-traslasierra-proyecto-de-pueblo-slow.html>
(consulta: 19 de junio 2009)
<http://www.cordovavirtual.com.ar/el-turismo-lento-se-volvio-furor.html> (consulta: 19 de junio 2009)
<http://www.linkaventura.com/index.php/guia/comercio/784>(consulta: 19 de marzo 2009)
<http://www.lacumbrecita.gov.ar/> (consulta: 31 de marzo 2011)
<http://www.caminosysabores.com.ar> (consulta: 12 de abril de 2011)
<http://www.slowfoodarg.com.ar> (consulta: 12 de abril de 2011)
<http://www.unisg.it> (consulta: 13 de abril de 2011)

<http://www.tantihotel.com.ar/PagePlantilla.aspx?MenuID=48&descripcion=Slow%20Life%20-%20Vida%20Lenta> (consulta: 13 de abril de 2011)

<http://www.ecotumismo.org/?p=3318> (consulta: 15 de mayo de 2011)

<http://hdl.handle.net/10803/4946> (consulta 24 de mayo de 2011)

http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/?page_id=520 (consulta: 13 de junio de 2011)

<http://www.iram.org.ar/seccion.php?ID=2&IDS=187> (consulta: 13 de junio de 2011)

<http://biotraveler.com/mundo-rural/slow-cities-el-movimiento-de-las-ciudades-lentas> (consulta: 14 de Agosto de 2011)

<http://almacenverde.blogspot.com/2011/01/ciudades-slow.html> (consulta: 14 de Agosto de 2011)

http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/?page_id=520 (consulta: 21 de Octubre de 2011)

http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2008/08/manual-de-identificacion-visual-sact.pdf (consulta: 21 de Octubre de 2011)

<http://www.slowtravelling.es> (consulta: 13 de mayo de 2012)

<http://www.ims-consulting.net/web/index.html>(consulta: 13 de mayo de 2012)

<http://www.calidadturistica.gob.ar> (consulta: 02 de junio de 2012)

<http://www.elblogalternativo.com/2009/07/21/elocio-de-la-lentitud-de-carl-honore-vivir-deprisa-no-es-vivir-es-sobrevivir/> (consulta: 18 de junio de 2012)

<http://wordpress.eldedoelallaga.com/2008/06/01/vivir-con-menos-y-mejor-decrecimiento-economico-simplicidad-slow/>(consulta: 18 de junio de 2012)

<http://www.cittaslowargentina.com.ar/> (consulta: 18 de junio de 2012)

NORMAS

IRAM-SECTUR 42200:2008

IRAM SECTUR 42210:2008

IRAM-SECTUR 42200:2008

IRAM SECTUR 42230:2009

IRAM-SECTUR 42240:2009

IRAM SECTUR 42250:2009

IRAM-SECTUR 42500:2008

IRAM-SECTUR 42510:2007

IRAM-SECTUR 42520:2008

IRAM-SECTUR 42530:2008

IRAM-SECTUR 42540:2008

IRAM-SECTUR 42550:2008

IRAM SECTUR 42560:2009

IRAM SECTUR 42570:2009

IRAM-SECTUR 42701:2009

IRAM-SECTUR 42702:2009

IRAM-SECTUR 42703:2009

IRAM-SECTUR 42704:2009

IRAM-SECTUR 42705:2009

IRAM-SECTUR 42300:2008

IRAM-SECTUR 42400:2009

IRAM-SECTUR 42800:2008

IRAM-SECTUR 42900:2009

IRAM-SECTUR 42910:2010