

PRÁCTICAS CULTURALES JUVENILES EN EL ÁMBITO DEL TURISMO
LOS CASOS DE MAR DEL PLATA Y VILLA GESELL

Tesis de Maestría en Ciencias Sociales

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – FLACSO

Autor: Bernarda Barbini

Año: 2001

Preámbulo

En la Declaración de San Pablo “El tiempo libre en la sociedad globalizada- inclusión o exclusión”, aprobada en el 5to. Congreso de la World Leisure and Recreation Association (WLRA), en Octubre de 1998 se ha considerado que a medida que los pueblos de la tierra se aproximan al 3er. Milenio, encuentran una sociedad cada vez más globalizada en la cual las manifestaciones de recreación y tiempo libre enfrentan un crecimiento de oportunidades y amenazas, por lo cual convocan a las Naciones Unidas, los gobiernos y las asociaciones no gubernamentales, para analizar y apoyar los siguientes artículos:

Artículo 1: El Tiempo Libre (juegos inclusive) es un tiempo y espacio donde vivimos y estamos y dentro del cual tenemos autonomía y límites para usufructuar experiencias significativas.

Artículo 2: Todos tienen derecho a la recreación y el tiempo libre por medio de acciones políticas y económicas sustentables e igualitarias.

Artículo 3: Todos tienen derecho de experimentar la diversidad de la recreación y el tiempo libre.

Artículo 4: Todos los gobiernos deben preservar y crear ambientes - culturales, tecnológicos, naturales o construidos - donde las personas tengan tiempo, espacio y oportunidad para expresar, usufructuar y compartir socialmente la recreación y el tiempo libre.

Artículo 5: Nuestros esfuerzos colectivos o individuales deben continuar para la preservación de la libertad e integridad de la recreación y el tiempo libre.

Artículo 6: Todos los gobernantes deben garantizar que las políticas y las normas legales defiendan la recreación y el tiempo libre para todos.

Artículo 7: Los sectores públicos y privados deben eliminar las amenazas contra la calidad y diversidad de las experiencias de recreación y tiempo libre, causadas por efectos locales, nacionales o internacionales de la globalización.

Artículo 8: Los sectores públicos y privados deben eliminar las amenazas de abuso y mal uso de la recreación y el tiempo libre por individuos tales como comportamientos criminosos, resultados de fuerzas locales, nacionales e internacionales.

Artículo 9: Los sectores públicos y privados deben garantizar una mejor comprensión de las consecuencias de la globalización sobre el tiempo libre por medio de un programa coherente de investigación permanente y educación.

Artículo 10: Los sectores públicos y privados deben garantizar la divulgación de la información referente a costos y beneficios para el tiempo libre de las diversas y profundas fuerzas de la globalización.

En relación a estas consideraciones y en la idea de que en la sociedad contemporánea el turismo se constituye como instancia de tiempo libre cada vez más generalizada, cobra relevancia la formulación de un diagnóstico sobre la problemática de la recreación y el turismo juvenil en dos importantes destinos turísticos: Mar del Plata y Villa Gesell.

Las conformaciones sociales y urbanas de Mar del Plata y Villa Gesell, en un lapso histórico relativamente breve y las implicaciones de su condición de centros turísticos de temporada le dan una singularidad susceptible de constituir las en objeto de estudio, en particular respecto uso del tiempo libre de su población turística, teniendo en cuenta que en ellas existen dos tiempos netamente diferenciados, consecuencia del impacto de la actividad turística en el desenvolvimiento social, económico y urbano.

La especificación en el estrato etéreo juvenil se debe a la certeza de que este es un campo casi inexplorado a pesar de su significación, y a que el conocimiento real de las preferencias y actividades de los jóvenes pretende ser una contribución para la planificación de políticas juveniles en las áreas de Cultura, Deportes, Recreación y Turismo, sean estas pertenecientes al sector público o privado.

El alcance de este proyecto de investigación cubre un vacío de información en el campo de la gestión respectiva a las áreas mencionadas y cobra relevancia si se tiene en cuenta que, frecuentemente, estas políticas se realizan sin el conocimiento de las necesidades del público objetivo, utilizando como criterio determinante las subjetividades de los funcionarios a cargo.

Asimismo, la oferta de actividades y espacios recreativos se diagrama considerando al sector únicamente como consumidor de bienes y servicios.

Por otra parte, se considera de crucial importancia la planificación de aquellas actividades que apuntan a la socialización secundaria de los jóvenes, ya que las mismas facilitan u obstaculizan la formación de sujetos libres y diferentes. Sólo partiendo del conocimiento real de sus preferencias y prácticas, se podrá evitar incurrir en la violencia que supone la imposición de lo que 'hay que hacer' así como la determinación de los espacios en los que 'hay que participar'.

El presente trabajo tendrá las características de una investigación aplicada a través de la utilización de información primaria, y de transferencia, ya que la información obtenida pretende ser de utilidad para la formulación de políticas juveniles, culturales y recreativas públicas y privadas.

Indice

Introducción.....

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1. Juventud y cultura juvenil

- 1.1. la juventud y los marcos teóricos para su estudio
- 1.2. la juventud, categoría histórico social
- 1.3. la juventud, condición etárea?.....
- 1.4. una o más juventudes?.....
- 1.5. heterogeneidad cultural de la condición juvenil y el concepto de generación.....
- 1.6. cultura juvenil y globalización.....
- 1.7. modernidad contradictoria y mutaciones en la cultura juvenil.....

2. Prácticas culturales y apropiación diferencial de bienes simbólicos

- 2.1. el lugar de lo simbólico
- 2.2. el habitus de clase y la clase objetiva
- 2.3. consumo, distinción y diversidad
- 2.4. la ubicación en el espacio social y los puntos de vista

3. El tiempo libre y la práctica turística

- 3.1. el tiempo libre, un tiempo autocondicionado
- 3.2. el tiempo libre, su significación social
- 3.3. tiempo libre, modernidad y postmodernidad
- 3.4. tiempo libre y desempleo.....
- 3.5. la práctica turística, instancia de tiempo libre y práctica cultural juvenil
- 3.6. el modelo turístico de sol y playa

4. El espacio y sus imaginarios

- 4.1. el espacio geográfico y su nueva territorialidad
- 4.2. el espacio turístico, un espacio imaginado
- 4.3. el espacio turístico, un espacio dual

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

5. *Acerca del acceso a la realidad*.....

6. *Fuentes de datos a emplear*.....

7. *Variables y dimensiones contempladas - sistemas de categorías utilizados*.....

8. *El instrumento de recolección de datos*.....

9. *El universo y la muestra*.....

9.1. la selección de casos para el relevamiento.....

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

10. <i>Los jóvenes turistas y su posición en el espacio social</i>	
10.1. el perfil socio-educativo y la situación ocupacional de los jóvenes	
10.2. el origen social de los jóvenes turistas y su capital cultural	
10.3. el lugar de procedencia de los jóvenes	
10.4. el perfil socio-económico de los jóvenes	
11. <i>Las motivaciones y preferencias de los jóvenes</i>	
11.1. los motivos de elección de los lugares	
11.2. las actividades preferentes	
11.3. la sociabilidad preferente.	
12. <i>La práctica turística de los jóvenes: instancia de tiempo libre y práctica cultural</i>	
12.1. la composición del grupo turístico	
12.2. el alojamiento utilizado	
12.3. las actividades realizadas	
13. <i>Las representaciones de los jóvenes sobre el espacio urbano y el espacio turístico</i>	
13.1. las percepciones sobre aspectos urbanos	
13.2. las percepciones sobre aspectos turísticos en general	
13.3. las percepciones sobre las carencias de las ciudades	
14. <i>Los espacios recreativos utilizados por los jóvenes</i>	
14.1. los lugares/servicios de esparcimiento utilizados	
14.2. los lugares/servicios utilizados en la playa	

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y PROPOSICIONES

15. <i>Conclusiones</i>	
16. <i>Proposiciones</i>	

Introducción

La idea central que motiva este trabajo es una concepción de sociedad que debe exceder la lógica del mercado e integrar a las personas resolviendo, entre otras cuestiones, sus necesidades de tiempo libre, ya que éste no funciona solamente en el sistema de la personalidad, sino también en relación con el orden social en que se encuentra situado.

Cada grupo social, de acuerdo a su circunstancia, construye diversos modos de resolver necesidades de esparcimiento y recreación, así el turismo se constituye en una práctica cultural cada vez más generalizada dentro de los sectores sociales material y simbólicamente incluidos.

Sin embargo, los nuevos procesos sociales ejercen un efecto de masificación sobre este tipo de práctica cultural, lo que posibilita su influencia en el sistema de producción, distribución y consumo de bienes materiales y simbólicos. En este contexto, la actividad turística de sol y playa, aunque está subjetivamente autocondicionada, objetivamente se halla sometida a una estandarización que supone un indirecto, y por ello eficaz, heterocondicionamiento, donde las necesidades son creadas artificialmente por los fomentadores de unos estándares conductuales de ocio establecidos.

Así, la práctica turística masiva de sol y playa, en tanto práctica cultural, tiende a ser diversión estereotipada y mínimamente creativa, lo que conduce a la ausencia de esfuerzo, a la pasividad, es decir a la eliminación de lo individual creativo y la consolidación social de un tiempo gregario.

Sin embargo, cabe destacar que aún dentro de este modelo cultural masificado, la práctica turística, en tanto *instancia de tiempo libre autocondicionado*, adquiere *potencialidad*, pudiendo entrar en contradicción con el modelo existente, planteando transformaciones respecto de lo dado.

En este marco cobra importancia el preguntarse por la calidad del contenido del tiempo libre de los jóvenes, el cual solamente se da como totalidad cuando, más allá de afirmarlos como creadores de su mundo individual, los afirma como miembros activos de un orden social.

Para los jóvenes, la práctica turística en tanto práctica de tiempo libre, consiste en la sustracción de una parte de su tiempo heterocondicionado. Este es sentido y vivido libremente por ellos, por cuanto lo dedican, de un modo efectivo a actividades *autocondicionadas*, que manifiestan la libertad.

Sin embargo, en una realidad como la vigente, las personas en general y los jóvenes en particular resuelven sus necesidades de ocio en el mercado, siendo su poder adquisitivo el aspecto que más condiciona sus experiencias recreativas. Por este motivo, cobra importancia la idea de que la satisfacción de este tipo de necesidades debe ser una *cuestión pública* y no solamente privada, aunque para que existan políticas en el sector debe asumirse que 'hay algo que hacer' para que más jóvenes tengan acceso a los diversos componentes del bienestar. En este sentido se torna necesario indagar sobre las diversas formas que asume esta experiencia recreativa, a fin de generar un conocimiento

que, a partir de la definición de percepciones y prácticas diferenciales, permita delinear acciones tendientes a la satisfacción de ‘necesidades reales’ del público objetivo.

Además de ser una actividad económica, el turismo es una dimensión más del desarrollo social, expresión de los niveles de vida de las personas. Sin embargo, sus definiciones tradicionales remiten a proposiciones que sólo identifican a la actividad económica generada por las personas que se trasladan de su lugar de residencia a un lugar diferente, desarrollando actividades que requieren servicios y consumos no habituales en su lugar de procedencia.

Esta condición de la actividad turística y el necesario requerimiento de servicios y consumos, sesga el sentido económico de la definición que, en los sectores que participan de ella, agentes públicos y privados, tiende a conformar una visión reduccionista, al privilegiar sus utilidades económicas con prescindencia de las dimensiones simbólicas y vivenciales de su realización.

Al referirse de modo excluyente a una actividad económica objeto de cambio, o a una actividad de mercado objeto del marketing, esta visión restringe su consideración económica más amplia y relega sus implicancias culturales y sociales.

En cambio, las concepciones superadoras de estas restricciones, rescatan la pluridimensionalidad de la actividad turística. Así, ella puede entenderse como una práctica que otorga *sentido* a las actividades, los servicios y los equipamientos, y como oportunidad de uso y goce de un *tiempo autocondicionado* en un ámbito diferente de los tiempos y espacios de la vida cotidiana. En este sentido, el turismo se constituye en oportunidad de ocio, descanso, diversión y desarrollo de las personas y de la sociedad.

“Definición psico-social del turismo, remite a la persona y a la sociedad, trasciende el ámbito de la economía, excede el contexto del mercado y propone la consideración de la actividad en la circunstancia más amplia de lo social, contexto que reivindica el turismo como opción posible y necesaria de satisfacción de las necesidades y aspiraciones de las personas.”¹

Por eso, una concepción más integrada del turismo, requiere de una consideración reflexiva acerca de las diversas necesidades de los turistas en relación a sus condiciones socioeconómicas, etáreas y de género; y una mirada más crítica y reflexiva sobre los diversos aspectos de los modelos turísticos imperantes.

En un contexto de distorsión expresado en modelos mercadotécnicos de demanda y oferta, cobra relevancia el interés por generar una serie de conocimientos que contribuyan a la definición de estrategias de planificación y gestión diferentes, ya que la demanda se encuentra categorizada y estereotipada en segmentos en función de una oferta tipificada y standarizada en productos, con prescindencia de la consideración de necesidades diferenciales, lo que reduce la satisfacción en el uso del tiempo libre al equilibrio en el consumo de bienes y servicios.

¹ Mantero J.C.: *Turismo: la opción incluyente*. Revista Aportes y Transferencias. Año 1. Vol. 2, 1997, p.123.

Así, la reproducción de modelos esquemáticos e inapropiados de análisis oferta-demanda y su indiscriminada aplicación a contextos y grupos socioeconómicos y etáreos diferentes, limita la posibilidad de promover una programación de actividades más creativa.

De esta manera se transforma en desafío el trascender los estereotipos de demanda, a partir de un conocimiento más profundo de las percepciones y prácticas de los jóvenes turistas y trascender los estereotipos de oferta a partir de una mirada más creativa sobre los espacios juveniles apropiados para estar, socializar y actuar en tiempo libre.

Así, los objetivos generales del trabajo apuntan a la producción de un documento introductorio, exploratorio y descriptivo que establezca un estado de la cuestión teórico-empírico sobre el tema de los jóvenes y sus prácticas culturales. En particular el estudio se orienta a indagar sobre el carácter de las prácticas culturales juveniles desarrolladas en el ámbito del turismo en las ciudades de Mar del Plata y Villa Gesell.

A partir de la descripción de estas prácticas culturales, también es objetivo del trabajo el plantear tendencias diferenciales, según la conformación socioeconómica que se detecte y comparar las prácticas culturales y las tendencias diferenciales de acuerdo al nivel socioeconómico de los jóvenes en Mar del Plata y Villa Gesell, estableciendo semejanzas y diferencias.

En relación al cumplimiento de los objetivos generales, se plantean objetivos específicos tales como la definición del perfil socioeconómico, socio-educativo y socio-ocupacional de estos jóvenes, la indagación sobre sus percepciones y prácticas, teniendo en cuenta que la preferencia y realización de actividades de tiempo libre supone la apropiación simbólica y diferencial de espacios, y la inferencia sobre la demanda de este segmento específico de población a partir de las percepciones, usos y consumos que se planteen.

1. Juventud y cultura juvenil

1.1. la juventud y los marcos teóricos para su estudio

Desde la perspectiva de juventud de R. Bendit, determinadas categorías conceptuales como ‘cambio social’, ‘modernización’, ‘sociedad en transición’, ‘exclusión’, ‘integración’, tienen contenidos y significados diferentes en función de los contextos históricos, sociales, económicos y políticos en que se inscriben. Así, por ejemplo mientras en algunas formaciones sociales europeas, los conceptos de juventud y cambio social se inscriben en un marco de modernización e integración socioeconómica y cultural, lo que se traduce en modernización de estructuras económicas y tecnológicas, y en cambios a nivel de la estructura social y del aparato del estado, en cuanto agente de modernización social, en América Latina dichos conceptos se inscriben en una fase de readecuación

neoliberal de las estructuras económicas, cuyo objetivo fundamental parece ser el servir a una transferencia maximizada de los excedentes producidos en la periferia hacia el centro.

Esta readecuación estructural también implica el ‘cambio’, pero aquí tendiente a profundizar el desarrollo dual de la región y manifestado en una modernización limitada junto con el aumento de la exclusión de grandes sectores de la población. Es en este marco en que, en las décadas del ’70 y ’80, el cambio se hace notar, a nivel de la economía, como agotamiento del modelo nacional popular de industrialización dependiente y en el nivel de lo político, como crisis del estado nacional popular. Esta se manifiesta con claridad en la incapacidad de generar políticas de integración social y protección de los sectores más desposeídos, deviniendo en la actualidad en procesos de mundialización, enmarcados en una economía de mercados abiertos que tienen consecuencias de dualización y segmentación sobre las sociedades. Es en la juventud donde el cambio y la crisis, así como todos los rasgos de la acción colectiva en América Latina, se hacen notar con mayor intensidad.

Una significación totalmente diferente adquieren los conceptos de cambio social y juventud cuando están referidos a las transformaciones manifestadas a partir de la ‘modernización’ de las sociedades del ‘centro’, en las cuales la introducción masiva de las nuevas tecnologías informáticas condujo a un aumento del sector terciario de la economía así como también a un cambio en el sistema educativo manifestado en la extensión y masificación de la educación superior y la creciente diferenciación profesional, lo que a su vez provoca un modificación de la fase juvenil. Para explicar este fenómeno se han utilizado conceptos como ‘desestructuración de la fase juvenil’, ‘desaparición de la biografía normal’, ‘diferenciación y pluralización’ de las condiciones de vida de los jóvenes y ‘creciente individualización’ de los estilos y los modos de vida de los jóvenes.

Estos cambios en la condición juvenil, así como sus consecuencias en las modificaciones valóricas se traducen a nivel de la conducta social en una pérdida de interés por las organizaciones sociales tradicionales, como por ejemplo los sindicatos, partidos políticos, asociaciones juveniles, iglesias, etc., y al mismo tiempo en un aumento del poder de convocatoria de los grupos informales, los nuevos movimientos sociales, como los ecologistas, por la paz, tercermundistas y las subculturas juveniles como los punks, skinheads, grupos ‘autónomos’, ‘iglesias alternativas’ o sectas, movimientos esotéricos como la ‘new age’, etc. En los años ’90 aumenta en estos países, el poder de actuación de grupos y movimientos racistas o de extrema derecha como forma de resistencia a los cambios acelerados producidos por la globalización.

En estas sociedades ‘*postmodernas*’, los procesos de cambio social van acompañados de nuevas formas de desigualdad social traducida en nuevas formas de pobreza presentes en las grandes ciudades europeas y norteamericanas. Este fenómeno así planteado, va desplazando las líneas tradicionales de desigualdad y conflicto.

Los riesgos que produce la ‘modernización’, afectan especialmente a algunos sectores juveniles y se manifiestan bajo las formas de fracaso escolar, desocupación juvenil, radicalismo político de derecha y racismo en algunos sectores, violencia sexual contra menores, accidentes de tránsito, alcoholismo juvenil, toxicodependencias, delincuencia juvenil y aumento de control social por parte de los adultos, favorecidos por tendencias demográficas de ‘envejecimiento’ de la población.

Todos estos fenómenos se convierten en objeto de investigación para la sociología de la juventud.

1.2. la juventud, categoría histórico social

La juventud es una *construcción histórico social*, y es indudablemente un *fenómeno moderno*, por lo tanto tiene sentido en determinadas condiciones históricas. En este caso aparece como una categoría de construcción social para el desarrollo individual.

El proceso de modernización que conduce a la construcción de la juventud como categoría social, comienza en el siglo XVIII y con las grandes revoluciones burguesas. Especialmente entre la burguesía mercantil, ésta se convirtió en un prerequisite necesario y jugó un rol fundamental. En el marco de este proceso y en el contexto de la revolución industrial se produce una modificación profunda de lo que se entiende por familia, surgiendo el prototipo de la familia burguesa, diferenciada de la aristocracia y del proletariado.

Así, se desarrolla una fase de niñez bien diferenciada, distinta de la adultez y que por lo tanto requiere de una etapa de transición. Este período es necesario para transitar de una etapa sin mayores responsabilidades, a la incorporación plena en el mundo adulto de la producción y la reproducción familiar, lo que a su vez coincide con la aparición de todo tipo de técnicas de disciplinamiento social y socialización, siendo especialmente en la escuela donde esto se hará notar.

En esta primera etapa, la juventud aparece como algo solamente posible para los varones burgueses, de la misma manera que el acceso a los mayores niveles de educación, mientras que las niñas pasaban, con una baja o nula educación formal, directamente a ser adultas, listas para ser desposadas. Sin embargo, el aumento de la productividad propio de la industrialización, requiere que cada vez más individuos vayan siendo capacitados, lo que produce un aumento de la escolarización y como consecuencia, que una mayor proporción de personas atraviesen la etapa juvenil.

La transformación del sistema productivo trae aparejado un creciente desarrollo con la consecuente masificación de los sistemas educacionales y se hace necesario que cada vez más individuos pasen por el sistema escolar.

1.3. la juventud, condición etárea?

El análisis histórico de lo que ha sido y es la juventud permite afirmar que ésta no es mera condición de edad, ya que cada época y cada sector social postula diferentes maneras de ser joven. Hay muchos modos de experimentar la juventud, ya que distintas situaciones, históricamente constituidas intervienen en las maneras de ser joven y en los modelos que legitiman y regulan la condición de juventud. Esta no se manifiesta solamente como modalidad social y cultural dependiente de la edad, la clase o la generación, en la actualidad se presenta también como un *signo* y en tal calidad condiciona la aparición de nuevas mercancías relacionadas con la prolongación del atractivo y de la legitimidad arraigados en cierta imagen juvenil. Es importante entonces, acompañar el análisis de la juventud con una multiplicidad de situaciones sociales, presentar los marcos sociales históricamente desarrollados, que condicionan las distintas maneras de ser joven.

En tanto que la *juventud* es un *fenómeno social*, se constituye como *objeto de estudio sociológico*.

En las sociedades industriales desarrolladas, a partir de los años '50, la 'juventud' empieza a convertirse en objeto de estudio de las ciencias sociales. Así, en algunos análisis sobre el tema se intenta ir más allá de la consideración de la juventud como simple categorización por edad, poniendo el acento en la diferenciación social, cultural o generacional.

Desde una perspectiva más actual, la frontera entre la juventud y la vejez es objeto de lucha, al mismo tiempo la división lógica entre jóvenes y viejos refleja una cuestión de poder, de la división de poderes, por lo tanto las clasificaciones por edad, son una forma de poner límites, de producir y reproducir un orden social. "...La juventud y la vejez no están dadas, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes y viejos".²

Las relaciones entre la edad social y la edad biológica son complejas. Cada campo tiene sus leyes específicas de envejecimiento, por lo tanto para saber cómo se definen las generaciones y las relaciones entre ellas hay que conocer las leyes específicas de funcionamiento del campo, la lucha y las divisiones que ésta genera, teniendo en consideración que la edad aparece como un dato biológico 'socialmente manipulado'. En otros términos, hablar de 'los jóvenes' como una unidad social con intereses comunes y referir los mismos a una edad definida biológicamente es una 'manipulación'.

El reconocimiento de este hecho, nos llama a la necesidad de analizar las diferencias entre 'juventudes', en cuanto a sus condiciones de vida, sus posibilidades educativas, de acceso al mercado de trabajo, de consumo y de tiempo disponible en términos de ocio, para comprobar que existen universos sociales que no tienen nada en común.

² Bourdieu, P.: *Sociología y cultura*. Ed. Grijalbo, México, 1990, p.164.

1.4. una o más juventudes?

*“La juventud no puede considerarse en forma general e indiferenciada aún cuando exista el atributo común de la edad y criterio biológicos a ella asociados. La diferenciación entre jóvenes y viejos ha existido en todas las sociedades históricas, con variaciones radicales en cuanto al rol de cada uno de ellos, y la edad ha sido siempre un elemento básico para diferencias status y roles. Los contenidos culturales, el grado de desarrollo técnico, el tipo de estructura socioeconómica y sociopolítica así como también otros elementos que diferencian las sociedades también darán cuenta de los objetivos específicos en relación a la juventud.”*³

En la sociedad moderna, la juventud tiene sentido, en la medida que la iniciación a la vida adulta está precedida por un ‘*tiempo de preparación y estudios*’, el rito que liga el paso de la juventud a la adultez, es la incorporación al trabajo.

La forma como los jóvenes pasan a la vida adulta ha cambiado en relación directa con los cambios de la sociedad moderna, cada vez más especializada y compleja.

Los jóvenes se ven afectados por estos cambios y acontecimientos, por lo tanto el estudio de la juventud debe darse en el marco de los conflictos, cambios y perspectivas globales de cada sociedad. Algunos de los cambios que se han ido produciendo en la sociedad moderna y que afectan a los jóvenes son:

- . la metamorfosis de la familia: el paso de la misma de *unidad de reproducción* a *unidad de consumo* asociado a su transformación en familia nuclear. Mayores grados de tolerancia, permisividad y comunicación en relación con los padres. Menor diferenciación de roles por la creciente incorporación de la mujer al mercado de trabajo.
- . la era post-industrial, manifestada en una sociedad compleja, de servicios de urbanización rápida y excluyente, con mayor esperanza de vida, con mayores posibilidades de consumo pero al mismo tiempo con grandes dificultades para insertarse en el mercado de trabajo.
- . la revolución productiva que trae una nueva organización del trabajo y de las políticas de contratación laboral, nuevas tecnologías y procesos de aprendizaje.
- . el viraje en las políticas de empleo.

Se puede decir entonces que la juventud es un período de la vida que se ve afectado por todos estos cambios, pero en forma diferenciada.

Según P. Bourdieu, uno de los factores de influencia en la confusión acerca de las oposiciones entre las distintas juventudes se manifiesta en el hecho de tener un acceso diferente a la enseñanza. Con esto, en las sociedades occidentales, a partir de la primera mitad del siglo XX, una parte de los

³ Lacabana, M.: *Las lógicas de transición juvenil en la sociedad actual*. En revista “El Ojo del Huracán”, op. cit.

jóvenes que no habían tenido acceso a la juventud, lo tuvieron a una edad en la que unas décadas atrás hubieran estado trabajando.

Entre los jóvenes de los sectores medios, el efecto más fuerte de la ‘situación juvenil’ es el de una ‘existencia separada’ que deja a los jóvenes socialmente *‘fuera de juego’*. En este último tiempo podemos decir que todos los jóvenes tienen acceso a una forma más o menos larga de esta experiencia.

Los adolescentes de las clases populares quieren dejar la escuela y empezar a trabajar porque esto implica entrar en el mundo de los adultos y las posibilidades económicas que esto entraña “... *tener dinero es muy importante para darse seguridad ante los amigos, ante las chicas, para poder salir con los amigos y con las chicas, es decir para ser reconocido y reconocerse como hombre*”.⁴

El estar en situación de estudiante implica una serie de diferencias constitutivas de la situación escolar, caracterizada fundamentalmente por estar *‘fuera de juego’*. Esto significa estar fuera del trabajo en parte del consumo y eximidos de las tareas materiales por el hecho de estar estudiando.

De aquí surge el concepto de *‘moratoria’*, un espacio de posibilidades abierto a determinados sectores sociales y limitado a determinados períodos históricos, lo que, desde el punto de vista psico-social, también significa una cierta moratoria en la realización de necesidades sociales y psíquicas.⁵

El concepto de moratoria implica la existencia de un espacio de posibilidades, aunque también de postergaciones, abierto a determinados sectores sociales y limitado a determinados períodos históricos.

Desde una perspectiva psicoanalítica, H.E. Erikson entiende el desarrollo del niño, el adolescente y el adulto, como períodos en que deben superarse ciertos conflictos típicos de cada etapa. Así, la tarea clásica de la adolescencia será la de construir la propia identidad y el conflicto a superar típico de esta fase será el de la difusión de esa identidad.

Desde un enfoque psico-social este autor genera un puente entre la psicología y la sociología, en la medida en que entiende a la adolescencia (en particular a aquellos jóvenes estudiantes de clase media fueron el foco de su interés), por una parte, como un período de crisis y de superación de conflictos, en el que el adolescente debe postergar la satisfacción de una serie de necesidades socio-sexuales, psicológicas y económicas, para dedicarse a lograr objetivos educativos profesionales que la sociedad le ofrece, y por otro, como un período de experimentación y de búsqueda de caminos y soluciones propias que a veces pueden lindar con psicopatologías o conductas anómicas.

Así, en particular a los jóvenes de clase media, la sociedad les ofrecerá, en función de una presencia cada vez más prolongada en instituciones de educación formal, una fase de experimentación, que Erikson denominará *‘moratoria’*.

⁴ Bourdieu, P.: *Sociología y cultura*, op. cit., p. 166.

La noción de ‘moratoria’, distingue entre las condiciones desiguales que encuentran personas pertenecientes al mismo sector etéreo. Los jóvenes de sectores medios y altos, tienen oportunidad de estudiar, de postergar su ingreso a las responsabilidades de la vida adulta, en cambio los que pertenecen a los sectores populares tienen limitadas las posibilidades de acceder a la moratoria social por la que en parte se define la condición de juventud. Aún cuando el desempleo y la crisis proporcionan tiempo libre a los jóvenes de los sectores medio bajos y bajos, esto no conduce a la moratoria social en el sentido ericksoniano, ya que estos jóvenes se encuentran en una situación no deseada, con un ‘*tiempo libre*’ que se construye a través de la frustración y la desdicha. El tiempo libre es tiempo social vinculado con el tiempo de trabajo o de estudio que le otorga legitimidad, pero el tiempo libre que emerge del paro forzoso, no es el tiempo ligero de los sectores medios y altos, está cargado de sufrimiento.

El estar ‘fuera de juego’ de los sectores juveniles de clase media, también tiene importancia en el análisis porque viene acompañado de lo que P. Bourdieu llama ‘*manipulación de aspiraciones*’. Según este autor, la escuela es un lugar que otorga títulos, y por lo tanto derechos y aspiraciones. Sin embargo, el nuevo sistema escolar hace que la gente tenga aspiraciones que no corresponden a sus posibilidades reales. Anteriormente entrar en la enseñanza secundaria significaba entrar a un sistema de aspiraciones que se fundaban en el hecho de tener un acceso a tal nivel educativo, implicaba un acceso garantizado al mundo del trabajo. En la actualidad esto ya no es así, lo que provoca una gran frustración por parte de los jóvenes dada por el desajuste que se produce entre las aspiraciones favorecidas por el sistema escolar y las posibilidades que otorga realmente en un contexto donde el mercado de trabajo se encuentra cada vez más restringido.

Desde este punto de vista también es posible, “...*encontrarse lo bastante adaptado al sistema escolar como para encontrarse aislado del medio de trabajo, sin estarlo lo suficientemente como para lograr encontrar trabajo por medio de los títulos académicos*”.⁶

Actualmente observamos que se puede ser extraño al sistema escolar y participar efectivamente de él, esto es de la subcultura del subsistema escolar, teniendo al mismo tiempo una especie de desasosiego de desesperación ante el trabajo. A esto se añade el sentimiento de que el sistema escolar contribuye a reproducir los privilegios de clase.

Desde la perspectiva de R. Bendit, la noción de *moratoria* en su sentido clásico supone entender a la juventud sólo como una *fase de transición*, como un proceso de cambio de status y de roles, desde la ‘definida’ niñez a la ‘definida’ adultez, es decir desde un ser física, psíquica y socialmente limitado, a un ser adulto, un individuo económicamente independiente y psico-socialmente independiente. Desde este punto de vista, la juventud no sería una fase del ciclo vital con características propias, sino una

⁵ ver Erikson, H.E.: *Reflections on the dissent of Contemporary Youth*. International Journal of Psychoanalysis, n. 51, 1970.

relativamente corta fase del desarrollo individual manifestada a través conflictos individuales y sociales.

Para este autor, más allá de esta visión clásica, la juventud “... *ha dejado de ser simplemente una fase de transición de la infancia al status de adulto, para convertirse en una ‘tarea del desarrollo’ y en un período de la vida con peso propio hacia el interior del ciclo vital.*”⁷

Además, desde esta perspectiva, se entiende también a la juventud como una categoría histórica, ya que cada sociedad de acuerdo a sus características y posibilidades, posee distintas condiciones para la realización de las tareas de desarrollo. Es por ello que el concepto de moratoria no es suficiente para explicar el fenómeno juvenil. En las sociedades modernas y postmodernas, la juventud es fundamentalmente una etapa o fase de calificación y orientación para la toma de decisiones que afectarán el desarrollo biográfico posterior. En estas sociedades, la juventud se caracteriza por la contradicción existente entre un prolongado período de dependencia económica respecto de la familia de origen y una temprana autoafirmación sexual y socio-cultural, acompañada de una liberalización de las relaciones intergeneracionales.

A partir de estas reflexiones, puede decirse entonces, que la condición juvenil, se caracteriza por su heterogeneidad, en lo que se refiere a las estrategias de vida familiar, a los tipos de inserción en el mercado de trabajo, en la adscripción a organizaciones juveniles, barriales, etc. y en las expectativas sobre su transición a la vida adulta a partir de estos elementos.

En las sociedades industriales modernas, pero fundamentalmente en las periféricas, la segregación urbana impuesta por el crecimiento socialmente desigual de las ciudades, plantea la necesidad de considerar el barrio como ámbito de reproducción social donde se organizan ‘modos de vida’ y posibles formas sociales de reivindicación conjunta, mercado particular de futuras experiencias autogestionarias, como es el caso de las prácticas culturales de tiempo libre, un tiempo que puede ser de ‘abajo hacia arriba’ es decir asumir formas desestructuradas de acción colectiva.

Dado que el sistema de transferencias no cubre a la mayoría de los jóvenes activos sin trabajo, se crea un grupo socialmente segregado que tiene expectativas negativas sobre su futuro, pero que a la vez no ejerce presiones reivindicativas. En este sentido es importante ver qué papel juegan el empleo precario y el sector informal sobre la situación y también en la conformación de estrategias de supervivencia y de vida familiar con la permanencia prolongada de jóvenes y adultos jóvenes en transición adulta dentro de la familia de origen.

⁶ Bourdieu, P.: *Sociología y cultura*, op. cit., p. 169.

⁷ Bendit, R.: *Juventud y políticas de juventud entre la sociedad civil y el Estado. La problemática de las estructuras adecuadas* en P.Hunermann y M. Eckolt (editores) “La juventud latinoamericana en los procesos de globalización”. Ed. EUDEBA, FLACSO, 1998, p. 326.

Esta última lógica lleva a considerar la unidad familiar como unidad básica de reproducción, la que no existe en forma aislada sino bajo una red de relaciones con otras unidades de reproducción, agentes e instituciones que cristalizan el entorno vital de los jóvenes.

Es importante destacar también algunos aspectos referidos a la juventud como grupo con condiciones de reproducción que le son propias tanto por su edad como por su condición social.

Las pautas culturales y las expectativas sociales dan lugar a que los jóvenes de sectores populares de diferencien de los pertenecientes a los sectores medios y altos. Ser joven es algo diferente en uno y otro caso y los cambios sociales, si bien afectan al conjunto de la sociedad y hasta pueden cambiar el lugar que los jóvenes ocupan en éste, su impacto es diferencial en los jóvenes de distintos niveles socioeconómicos.

Por otra parte, la posición social de la familia de origen, condiciona las expectativas y la transición juvenil y juega el papel de garantía de clase.

Se puede afirmar en términos generales, que las expectativas de estos jóvenes resultan casi siempre negativas, ya que en plena capacidad física e intelectual, y con un conjunto de conocimientos adquiridos en sus años de estudio, *“...se encuentran con una sociedad que no demanda sus capacidades, que por lo tanto les dificulta la independencia económica y paralelamente los ubica como ‘clientes’ consumidores. Es decir, el mundo de los adultos no en calidad de padres sino de productores, les propone un modelo de integración basado en el consumo, moda juvenil, distracciones y ocios de carácter comercial, pero no les provee la oportunidad de generar ingresos necesarios para esta integración.”*⁸

Por eso, el estudio de los jóvenes debe considerar la especificidad de cada sector social y tener en cuenta la incorporación al mundo del trabajo y la consecuente y relativa independencia económica, ya que este es el principal rito del paso de la juventud a la vida adulta.

1.5. la heterogeneidad cultural de la condición juvenil y el concepto de generación

Como plantea M. Margulis *“La juventud, como toda categoría socialmente constituida, que alude a fenómenos existentes, posee una dimensión simbólica pero también tiene que ser analizada desde otras dimensiones: se debe atender a los aspectos fácticos, materiales, históricos y políticos en los que toda producción social se desenvuelve”*.⁹

Sin embargo, la juventud es portadora de transformaciones en los códigos de la cultura e incorpora con naturalidad los cambios en las costumbres y en las significaciones. Ella pone de manifiesto con

⁸ Lacabana, M.: *Las lógicas de transición juvenil en la sociedad actual*. En revista “El Ojo del Huracán”, op. cit.

⁹ Margulis, M. (editor): *La Juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*. Ed. Biblos, Bs. As., 1996, p.17.

más intensidad los cambios culturales, y es en el plano de la cultura, antes que el de la política o el de la economía, en que salen a la luz las nuevas ‘formas’ que asume la juventud actual.

La juventud es una condición constituida por la cultura, pero que tiene a la vez una ‘facilidad’, una condición material vinculada con la edad. A la edad procesada por la historia y la cultura se arriba con el concepto de ‘generación’.

La generación alude a la época en que cada individuo se socializa y a las transformaciones culturales dadas en cada tiempo. Cada generación puede ser considerada hasta cierto punto como perteneciente a una cultura diferente, en la medida en que incorpora nuevos códigos y destrezas, lenguajes y formas de percibir, apreciar, clasificar y distinguir.

Ser integrante de una generación distinta, significa diferencias en el plano de la memoria, ya que no se comparten las vivencias de la generación anterior. Para el joven el mundo se presenta abierto a las nuevas experiencias. Es verdad que existe la memoria social, transmitida, “...sin embargo cada generación se presenta nueva al campo de lo vivido, poseedora de sus propios impulsos, de su energía, de su voluntad de orientar sus fuerzas y de no reiterar los fracasos, generalmente escéptica acerca de los mayores, cuya sensibilidad y sistemas de apreciación tiende a subestimar.”¹⁰

Los habitus no son exclusivamente de clase sino también generacionales, lo que implica un condicionamiento estructural de tipo histórico. Este momento diacrónico es soberanía de la disputa que se traba entre generaciones, con relativa autonomía respecto de las clases.

“La marca histórica de la época, es también determinante aún cuando se la procese atendiendo a las determinaciones de clase. Además de las diferencias sociales explícitas, hay que atender al encadenamiento de acontecimientos que van constituyendo la estructura, a su carácter sedimentado de experiencias acumuladas. La generación es el juego en que las clases se van haciendo cargo de la tradición, del tiempo que corre paralelo al desarrollo de las luchas sociales. La generación es una estructura transversal, la de la experiencia histórica, la de la memoria acumulada.”¹¹

Pero agrupar a un conjunto de personas por un único atributo común, sin tener en cuenta las demás dimensiones que lo separan, puede llevar a afirmaciones erróneas. Por eso se plantea como importante no realizar agrupamientos arbitrarios, ya que éstos pueden producir ‘falacias’ en la investigación y reflexión de las ciencias sociales. Centrar la atención en las ‘distancias sociales’ que existen en los distintos grupos de jóvenes, junto con las prácticas y percepciones que los diferencian y separan, permite superar la consideración de una cultura juvenil única.

La distancia entre las *estructuraciones objetivas*, esto es disposiciones diferentes en la posesión de *capital cultural*, y las distintas disposiciones visualizadas en *percepciones* y *prácticas*, se ponen de manifiesto durante el *tiempo libre*, cuando diferentes grupos juveniles muestran estilos, estéticas y

¹⁰ Margulis, M. (editor): *La Juventud es más que una Palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, op. cit., p.19.

formas de relación divergentes. Estas diferenciaciones sacan a la luz distancias sociales que son el resultado de *habitus desiguales* y por lo tanto de *modos distintos de percibir y actuar*.

En este sentido, puede afirmarse las políticas de consumo juvenil, centradas en la publicidad de productos destinados a una edad, junto con los discursos homogeneizantes para un solo tipo de juventud, se basan en un intento de borrar fronteras que no se pueden negar a medida que se profundizan las distancias sociales.

Por otra parte es bastante común asociar la *'nocturnidad'* con la juventud, más aún en la actualidad cuando la noche se ha industrializado como tiempo dedicado al consumo del ocio. Su importancia para determinados sectores urbanos ha aumentado, ya que se presenta como un lugar donde aparentemente el control se encuentra suspendido. Además esta nocturnidad está asociada a una territorialidad, cada grupo se inscribe simbólicamente en determinados lugares donde expresa sus gustos y estilos. Es importante destacar que estos agrupamientos se consolidan en relación y/o contraposición con otros grupos de jóvenes. La mayoría de los grupos juveniles, se definen como tales a partir de una *'distinción'* y por lo tanto de una *'exclusión'*.

En los últimos años, las prácticas juveniles urbanas se desarrollan en locales bailables, bares, pubs, recitales y esquinas de encuentro. Estas apropiaciones no son extrañas a los cambios que han ocurrido en la ciudad. Por un lado, los espacios abiertos han dejado paso a las reuniones en locales cerrados. Esto hace que algunos grupos juveniles no vivan la ciudad como trayecto, ésta deja de ser un espacio de contención y pasa a ser un lugar de expulsión. En otras ocasiones la calle es el único lugar de socialización ante la clausura simbólica y/o material de los consumos inaccesibles.

"...cada práctica dispone de cercanías simbólicas a través de las cuales las identificaciones se consolidan y se vinculan entre sí, al mismo tiempo que se constituyen organizándose sobre la base de oposiciones dicotómicas." ¹²

Las culturas juveniles sin embargo, no disuelven ni borran las diferencias sociales, sino que las actualizan. En consecuencia, totalizar el conocimiento sobre los jóvenes no hace más que eludir lo que efectivamente son:

- a. jóvenes pertenecientes a culturas integradas, o
- b. jóvenes sin juventud pertenecientes a subculturas marginales,

ambos grupos con sus respectivas pertenencias simbólicas que producen y reproducen situaciones de clase.

Ignorar las distancias que existen entre los distintos grupos de jóvenes, implica una visión que supone a los mismos totalizados, como desviados y peligrosos, o como los protagonistas de una etapa

¹¹ Margulis, M. (editor): *La Juventud es más que una Palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, op. cit., p.26.

¹² Elbaum, J. en Margulis, M. (editor): *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, op. cit., p. 98.

‘pasajera’ de rebeldía e irresponsabilidad. Esta homogeneización lleva a pensar a los mismos como destinatarios de ‘corrección’, ‘tratamiento’ o ‘control’. Además, estas posturas evitan la consideración de las clases sociales, que atraviesan la constitución de los distintos agrupamientos y se encuentran detrás de las distintas culturas juveniles.

1.6. cultura juvenil y globalización

Analizando el impacto que la modernización tecnológica y económica, así como la neoliberalización y la globalización tienen sobre la cultura juvenil y la nueva escena sociocultural, se pueden sintetizar en cinco procesos las modificaciones que se están dando en este ámbito:

- . la reelaboración de lo propio, por el predominio de los mensajes propios de una economía y una cultura globalizadas sobre los generados en la ciudad y la nación a la cual se pertenece.
- . un redimensionamiento de las instituciones y los circuitos de ejercicio de lo público, manifestado en una pérdida de peso de los organismos locales y nacionales en beneficio de las organizaciones de alcance transnacional.
- . una reformulación de los patrones de asentamiento y convivencia urbanos, dada por la diseminación policéntrica de la mancha urbana.
- . la redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por entidades locales y cada vez más por la participación en comunidades transnacionales y desterritorializadas de consumidores.
- . el pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano consumidor, interesado en tener una cierta ‘calidad de vida’.

Las modalidades audiovisuales y masivas de organización de la cultura en general y de la cultura juvenil en particular, están subordinadas a criterios empresariales de lucro y a un ordenamiento global que desterritorializa sus contenidos y formas de consumo. La conjunción de las tendencias desreguladoras y privatizadoras con la concentración transnacional de las empresas redujo las voces públicas. *“Esta reestructuración de las prácticas económicas y culturales conduce a una concentración hermética de las decisiones en élites tecnológico - económicas y genera un nuevo régimen de exclusión de las mayorías incorporadas como clientes”*.¹³

En este sentido hay que preguntarse dónde reside la identidad y con qué medios se produce y reproduce, y la respuesta debe partir de una premisa fundamental: dado que la circulación cada vez más libre y frecuente entre las personas, los capitales y los mensajes nos relaciona cotidianamente con

¹³ García Canclini, N.: *Ciudadanos y consumidores*, op. cit., p.24.

muchas culturas, la identidad no puede definirse por la pertenencia exclusiva a una comunidad nacional. “*El objeto de estudio no debe ser entonces la diferencia sino la hibridación*”¹⁴

Desde esta perspectiva, lo ‘local’ se convierte en escenario multideterminado, por lo tanto una mirada socio-antropológica del fenómeno en cuestión, deberá tener en cuenta la coexistencia de varios códigos simbólicos en un mismo grupo, como así también los préstamos y transacciones interculturales.

Así, la modernidad-mundo, al impulsar la desterritorialización hacia afuera de las fronteras nacionales, acelera las condiciones movilidad y ‘desencaje’. El proceso de mundialización de la cultura engendra, por lo tanto, nuevos referentes identitarios, como es el caso de la juventud. “*En estas sociedades contemporáneas, la conducta de un estrato particular de jóvenes sólo puede ser entendida al situarla en el horizonte de la mundialización. T-shirts, zapatillas, jeans, ídolos de rock, surf, etc. son referencias culturales desterritorializadas que forman parte de un léxico, de una memoria juvenil internacional popular. Adorada ritualmente en los grandes recitales de música pop (efervescencia del potlach juvenil), en los programas de la MTV, en las revistas de historietas, esta memoria fusiona un segmento de edad (y de clases), aproximando personas a pesar de sus nacionalidades y etnias. La complicidad, la ‘unidad moral’ de esos jóvenes está tejida en el círculo de las estructuras mundiales. Para construir sus identidades, ellos eligen símbolos y signos, decantados por el proceso de la globalización. De esta forma se identifican entre sí y se diferencian del mundo adulto.*”¹⁵

Una referencia cultural desterritorializada es el consumo, como ética, como modo de conducta. Los jóvenes que participan de él están envueltos por valores y perspectivas afines. Estrellas de cine, ídolos de televisión, marcas de productos, vacaciones, los viajes de turismo forman parte de un mismo imaginario colectivo. Jóvenes de clases medias mundializadas, pueden así aproximarse compartiendo los mismos gustos, las mismas inclinaciones, circulando en un espacio de expectativas comunes.

Otra referencia cultural desterritorializada de la juventud es la nocturnidad. La noche urbana se presenta para los jóvenes como un ámbito diferente, ya que cambian el paisaje y los actores procurándose el máximo distanciamiento con el tiempo diurno, el tiempo reglamentado, heterocondicionado y la mayor separación entre tiempo de trabajo y/o estudio y ocio. Este es un tiempo distanciado, conquistado a contracorriente de las costumbres, es un tiempo especial autocondicionado y propicio para la fiesta.

La noche constituye el territorio de los jóvenes y sobre ella se erige un imaginario liberador, aunque las propuestas para el consumo nocturno sean mercantilizadas y nada espontáneas. Sin embargo, si

¹⁴ García Canclini, N. *Ciudadanos y consumidores*, op. cit., p.108.

¹⁵ Ortiz, R.: *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Ed. Universidad Nacional de Quilmes. Bs. As., 1996, p. 88.

bien los jóvenes no ofician su propia fiesta, no crean sus reglas y ni regulan su espacio, su acción colectiva interactúa con la oferta comercializada y puede influir y cambiar las modalidades de los servicios culturales ofrecidos.

Existe una necesidad, una urgencia de los jóvenes por encontrar a sus pares, constituir agrupamientos, encontrar un espacio para integrarse y diferenciarse, construir señales de identidad. Estas posibilidades, pasan para ellos mayoritariamente por la noche, lo que revela su importancia y potencialidad como espacio desestructurado de identificación, socialización y expresión colectiva.

En esta época en que han cambiado en todo el mundo los escenarios políticos, las formas de producción y distribución de la riqueza y los sistemas de organización del trabajo, junto con la intensificación de los mensajes massmediáticos y la relativización de los saberes, caducan las garantías en el plano del trabajo y la reproducción de la vida antes sustentadas en la adquisición de saberes, experiencia y calificación y sobrevienen nuevos e intensos procesos de exclusión, fundamentados en teorías basadas en la 'racionalidad de los mercados'. Este nuevo entorno, excluyente en cuanto a posibilitar una inserción en la actividad económica y brindar una participación mínima en la política, dominado por un incremento del 'bullicio massmediático' y por la transformación de las técnicas informáticas, de comunicación social y entretenimiento, es el que caracteriza la entrada de los jóvenes en la vida social.

Los jóvenes descreen de las formas en que tradicionalmente la política propuso oportunidades de participación y transformación, en su 'rebeldía', carecen de organicidad y compromiso militante, tornándose su participación esporádica y circunstancial, "*...más que en el orden de la transformación política se mueven en el plano de la transgresión estética y la rebelión simbólica...*"¹⁶, sin lograr sustituir las utopías que movilizaron a las generaciones anteriores, manifestando poco entusiasmo por construir un futuro.

1.7. modernidad contradictoria y mutaciones en la cultura juvenil

También es importante observar las mutaciones de las culturas de los jóvenes en una sociedad donde la modernidad muestra contradicciones.

Lo que está en cuestión en la realidad cultural de los jóvenes es la manera que adopta la sociedad de mercado total o post-industrial, particularmente en lo que son sus lógicas universalizadoras: una ética individualista posesiva y el declive del ámbito público deliberativo.

En este contexto el mercado aparece como eje del impulso cultural, a través de un crecimiento

¹⁶ Margulis, M.: *La juventud es más que una palabra*, op. cit., p. 47.

acelerado del consumo y de la difusión de las industrias culturales que favorecen la internacionalización de la cultura juvenil y el arraigo de una cultura de masas ligada al ocio, aunque la misma transforma diferencialmente sus condiciones de vida.

Así, son las desavenencias entre las formas culturales que la modernización ha impuesto en su desarrollo y las oportunidades para hacerlas efectivas, el terreno de las nuevas contradicciones culturales, ya que el origen social y la educación pasan a formar parte distintiva de las experiencias de acceso a la modernidad en forma diferenciada, quedando abierto, para una masa nada despreciable, el comienzo de itinerarios biográficos y sociales de pérdida de expectativas.

El fantasma material de ‘vacío de futuro’, abre identidades que asocian sus nuevas precariedades laborales, educativas y vitales al funcionamiento perverso del orden democrático, al imaginario de un pasado mejor, a la búsqueda del ideal conservador del retorno a lo perdido.

Esta es una generación más diferenciada que las anteriores, que reformula respuestas culturales y expresiones políticas.

Son jóvenes que vinieron después del bienestar o aquellos que lo viven efímeramente. Son de una época donde la modernidad ya no impulsa una ética universalizadora.

Existe en este sentido una afectación de la posición material de los jóvenes, no sólo por el cierre de las oportunidades laborales y educativas sino en lo referido a la pauperización de sus mundos materiales de vida. Empobrecimiento de las condiciones que es también pérdida de los recursos para acceder a la autonomización y cada vez más dificultades para emanciparse.

Marcados por las consecuencias del ocaso de la movilidad ascendente, sometidos en una gran proporción al empobrecimiento, siguen creciendo en plena consolidación del ciclo recesivo de la economía, con la aparición de dificultades mayores para insertarse que las de sus predecesores.

Puede decirse entonces que existe una crisis de modernización y una heterogeneización en la actual generación de jóvenes que se encuentra fragmentada en sus identidades por efecto de la polarización de sus lugares sociales y sus mundos culturales.

Por otra parte, el ocaso de la movilidad alienta cambios que influyen sobre la realidad cultural y se manifiestan en la construcción de identidades que remarcan subculturas juveniles automarginadas por un lado, y un hondo escepticismo indiferente, por otro.

Dado el crecimiento del número de jóvenes en los sectores ‘condenados’, su propia definición es puesta en cuestión, ya que es relativa a la disponibilidad de recursos para hacer el pasaje de status juvenil, la ocupación y las modalidades de combinación entre educación y trabajo.

Están los que, saliendo de la etapa juvenil, habiendo estudiado y alcanzado una independencia económica temprana, encuentran dificultades para disponer de oportunidades de salir del hogar y realizar objetivos centrados en la autonomía y el deseo de innovación.

Pero también están los que teniendo menos edad entran de lleno en la crisis, perdiendo las bases objetivas de que dispusieron las generaciones anteriores para aumentar las oportunidades de elección y las fuentes de su identidad cultural, este grupo pertenece en su mayoría a la masa miserabilizada, sacudida por la dualización, que encuentra difícil mantener el umbral de clase alcanzado por su familia. Nuevos pobres de una clase media pauperizada.

Por otra parte los que vienen de familias que no encuentran posibilidades de movilidad, pero que tampoco las han tenido casi nunca, se refugian en las clásicas aspiraciones educativas del ideal igualitarista. Son los que han logrado acceder a la educación, en el momento en que ésta ya está diferenciada para hacer valer los mecanismos de distinción escolar.

Por último, están “*los otros, los condenados históricos de siempre, que experimentan las consecuencias de la exclusión en una sociedad dualizada y ven la caída de sus condiciones de vida en una distribución fuertemente regresiva. Creciendo en las zonas periféricas de las ciudades forman el contingente de la economía informal y acceden a las redes del delito, cuando la piel todavía es infantil.*”¹⁷

Estos grupos juveniles, ni ciudadanos ni productores, encerrados en sus ghettos, viven la experiencia de la modernidad al margen, sumergidos en una cultura de la pobreza. En gran medida resultan de una nueva marginación que se resuelve en la conversión de las economías informales, en la precarización del trabajo y la violencia en una ‘sociedad paralela’, en la cual y por mucho tiempo grandes masas de jóvenes quedarán al margen de la ‘sociedad oficial’.

2. Prácticas culturales y apropiación diferencial de bienes simbólicos

2.1. el lugar de lo simbólico

Tomando la interpretación de P. Bourdieu acerca de lo social, para el análisis de la información recolectada, se valorizarán la cultura y los procesos de consumo a partir de una teoría multideterminada de las relaciones sociales, entendiendo a la sociología de la cultura como una sociología del poder, determinada entre otras cosas, por las estructuras simbólicas.

Este tipo de análisis se pregunta por dos cuestiones básicas: primero, cómo se estructuran económica y simbólicamente la reproducción y la diferenciación social, y segundo, cómo se articula lo económico y lo simbólico en los procesos de reproducción, diferenciación y construcción del poder.

Para responder a esto se considera el concepto de *capital*, propiedad actuante y principio de construcción de los diferentes status sociales, y su diferenciación a partir del principio de *volumen*

¹⁷ Casanova, R.: *La modernidad cuarteada. Después de una ilusión de progreso*, op. cit.

global de capital que contiene el *capital económico*, el *capital cultural*, el *capital social* y el *capital simbólico*.

El capital económico, existente en estado objetivado bajo la forma de propiedades materiales; el capital cultural manifestado en forma incorporada, objetivada o institucionalizada; y el capital social, “... suma de los recursos actuales o potenciales, correspondientes a un individuo o grupo, en virtud de que éstos poseen una red duradera de relaciones, conocimientos y reconocimientos mutuos más o menos institucionalizados, esto es, la suma de los capitales y poderes que semejante red permite movilizar”¹⁸, representan un poder. “Las especies de capital, como una buena carta en un juego, son poderes que definen las probabilidades de obtener un beneficio en un campo determinado...”¹⁹

La posición de los agentes en el espacio social puede definirse entonces por la posición que ocupan en la distribución de los poderes que actúan en él, el capital económico, el capital cultural y el social, así como también el capital simbólico, forma percibida y reconocida, modalidad adoptada por una u otra de dichas especies cuando es captada a través de categorías de percepción que reconocen su lógica específica al mismo tiempo que desconocen el carácter arbitrario de su posesión y acumulación.

Así, la sociedad se encuentra estructurada en clases y las relaciones entre ellas no son armónicas, por lo que se hace necesario analizar este fenómeno, sin centrarse exclusivamente en la producción, sino teniendo en cuenta el consumo. Los diferentes grupos sociales se relacionan con la producción por la propiedad de ciertos bienes, pero también por el aspecto simbólico del consumo, esto es la manera de usar bienes transformándolos en signos.

Se plantea así, una constitución social del valor a partir de procesos que restringen al mercado y al consumo, como la escasez de los bienes, su apropiación diferencial por los distintos sectores sociales y las estrategias de distinción que elaboran al usarlos.

Con respecto a la articulación entre lo económico y lo simbólico, se puede afirmar que las relaciones económicas son fundamentales, pero siempre en relación con otras formas de poder simbólico que contribuyen a la diferenciación y reproducción social.

Por lo tanto, un grupo social como el sector juvenil, no puede ser definido por una sola variable o propiedad, ni por una suma de propiedades, sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades, que confiere a cada una de ellas y a los efectos que ella ejerce sobre las prácticas, su valor propio. Existe entonces una multicausalidad en la determinación de los estilos de vida juveniles, una red de factores que se retroalimentan e implican mutuamente.

A partir de la indisolubilidad entre lo material y lo cultural, se plantea una teoría de la sociedad que no organiza los hechos a partir de la división entre estructura y superestructura, sino que elabora una teoría de los campos como una mediación entre lo individual y lo social.

¹⁸Bourdieu, P.: *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Ed. Grijalbo. México, 1995. P. 82.

Esta investigación sociológica se propone analizar la dinámica interna del campo objeto de estudio centrando la atención en la lucha por la apropiación del capital simbólico de los grupos que intervienen en él, porque *“El conocimiento del mundo social y más precisamente, de las categorías que lo posibilitan es lo que está verdaderamente en juego en la lucha política, una lucha inseparablemente teórica y práctica por el poder de conservar o de transformar el mundo social, conservando o transformando las categorías de percepción de ese mundo”*.²⁰

El concepto de *habitus* de P. Bourdieu, explica el proceso mediante el cual lo social se interioriza en los individuos y es lo que hace que las estructuras subjetivas concuerden con las objetivas.

Es importante rescatarlo en este análisis, ya que, si bien no se hace presente a la conciencia de los sujetos, está dado por estructuras objetivas y genera prácticas, dando a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción, programando el consumo de los jóvenes correspondientes a distintos sectores sociales y determinando aquello que va a ser considerado ‘necesario’. A través de la formación de un *habitus*, las condiciones de existencia de cada grupo social van imponiendo inconscientemente un cierto modo de clasificar y experimentar lo real.

La sociedad organiza la distribución de bienes materiales y simbólicos y la relación subjetiva entre individuos y grupos, haciendo posible la hegemonía que está dada por la *“... interiorización muda de la desigualdad social bajo la forma de disposiciones inconscientes, inscriptas en el propio cuerpo, en el ordenamiento del tiempo y del espacio, en la conciencia de lo posible y de lo inalcanzable.”*²¹

El *poder simbólico*, se traduce en sistemas de estructuras estructurantes que funcionan como instrumentos de conocimiento y construcción de lo real. Los símbolos que operan en estos sistemas hacen posible el consenso sobre el sentido del mundo y promueven la integración social. En él se transfiguran las relaciones básicas de poder para legitimarse, pero también se plantea la necesidad de incluir las relaciones con lo no simbólico, con las estructuras económicas y políticas en que también se posibilita la dominación.

La cultura debe ser concebida en estos términos, es decir teniendo en cuenta *“... las significaciones compartidas y el caudal simbólico que se manifiestan en los mensajes y en la acción, por medio de los cuales los miembros de un grupo social piensan y se representan a sí mismos, su contexto social y el mundo que los rodea. La cultura sería el conjunto interrelacionado de códigos de significación, históricamente constituidos, compartidos por un grupo social, que hacen posible la identificación, la comunicación y la interacción.”*²² De acuerdo a esta perspectiva, el análisis el turismo juvenil como práctica cultural, permitirá entender la práctica turística de los jóvenes como un lugar de socialización, distintivo e identitario.

¹⁹ Bourdieu, P.: *Sociología y Cultura*. Ed. Grijalbo. México, 1990. P. 282.

²⁰ Bourdieu, P.: *El oficio de sociólogo*. Ed. Siglo XXI, Bs.As., 1998, p. 46.

²¹ Bourdieu, P.: *Sociología y cultura*. Ed. Grijalbo, México, 1990, p. 23.

2.2. *el habitus de clase y la clase objetiva*

Los estilos de vida ‘distintos y distintivos’ se definen objetiva y subjetivamente en y por sus relaciones mutuas. En tal sentido existe un *habitus de clase*, forma incorporada de la condición de clase, y una *clase objetiva*, conjunto de agentes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas, que producen condicionamientos homogéneos y sistemas de disposiciones homogéneas, apropiados para engendrar prácticas semejantes, y que poseen un conjunto de propiedades *objetivadas* o *incorporadas*.

La posición en las relaciones de producción impone las prácticas, producto de los mecanismos que rigen el acceso a las distintas posiciones y que producen o seleccionan una clase determinada de *habitus*. Sin embargo, la posición social se define, no solamente por la posición en las relaciones de producción, tal como ella puede ser reconocida por indicadores como categoría ocupacional, nivel de ingresos o nivel de educación, sino también por un cierto *sex-ratio*, una disposición determinada en el espacio geográfico, que nunca es socialmente neutra, y por un conjunto de *características auxiliares*, que a título de exigencias tácitas, pueden funcionar como principios de inclusión o de exclusión reales, sin estar nunca formalmente enunciadas, como son, según los casos particulares, la pertenencia étnica, el sexo o la edad.

La posición social se define por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confieren su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejercen sobre las prácticas.

Construir sectores sociales homogéneos con respecto a los determinantes fundamentales de las condiciones materiales de existencia y de los condicionamientos que estas imponen es tomar en cuenta las redes de relaciones que se encuentran presentes en cada uno de los factores. La *causalidad estructural de una red de factores* significa que por medio de cada uno de ellos se ejerce la eficacia de todos los demás, hay una multiplicidad de determinaciones, una *sobredeterminación*.

Sin embargo, los factores constitutivos de estos grupos sociales construidos, no dependen todos entre sí en el mismo grado. La estructura del sistema que constituyen, está determinada por aquellos factores que tienen el peso funcional más importante: así es como el volumen y la estructura del capital confieren su forma y su valor específico a las determinaciones que los demás factores (edad, sexo, etc.) imponen a las prácticas. En este sentido, la verdad acerca de un sector social determinado se expresa en su distribución según el sexo o la edad.

Los individuos no se desplazan al azar en el espacio social, por un lado porque las fuerzas que confieren estructura al mismo se imponen a ellos mediante mecanismos objetivos de orientación y eliminación; y por lado porque ellos oponen a las fuerzas del campo, su propia inercia, sus

²² Margulis, M.: *La Cultura de la noche*. Ed. Espasa Hoy, Bs. As., 1994. p.13.

propiedades, que pueden existir en estado incorporado, bajo la forma de disposiciones, o en estado objetivo, en los bienes, títulos, etc.

Los diferentes sectores sociales se distribuyen así desde los que están mejor provistos simultáneamente de capital económico y capital cultural hasta los que están más desprovistos de estos dos aspectos. En este sentido existen grupos con estructuras patrimoniales diferentes, es decir distintas formas de distribución de su capital global en las distintas especies de capital.

Así, las *estrategias de reproducción* dependerán del volumen y la estructura del capital que interesa reproducir, es decir del volumen actual y potencial de capital económico, del capital cultural y de capital social que los jóvenes poseen y de su peso relativo en la estructura patrimonial. Todo cambio en relación con cualquiera de ellos lleva consigo una *reestructuración* de las estrategias de reproducción, donde la reconversión del capital poseído de una especie a otra distinta, más accesible o más legítima, tiende a determinar una transformación de la estructura patrimonial.

2.3. *consumo, distinción y diversidad*

En el momento actual en que el consumo es lugar de diferenciación y distinción entre los jóvenes, debe repararse en los aspectos simbólicos y estéticos de la *racionalidad consumidora*, ya que existe una lógica en la construcción de los signos de status y en las maneras de comunicarlos. Ello se traduce también en orientaciones y prácticas vinculadas al turismo juvenil que se analizarán más adelante.

Diferentes análisis con esta mirada, muestran que en las sociedades contemporáneas, la racionalidad de las relaciones sociales se construye, tanto en la lucha por los medios de producción y la satisfacción de necesidades materiales; como en la disputa por *los medios de distinción simbólica*. Existe una coherencia entre los lugares donde los jóvenes miembros de un mismo sector social estudian, comen, habitan, vacacionan, en lo que leen, en lo que disfrutan, en cómo se informan y lo que transmiten a otros. Una mirada socio-antropológica debe intentar comprender esta coherencia.

Sin embargo, es importante destacar que si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos de los bienes, si éstos sólo fueran comprensibles para la elite, no servirían como instrumentos de diferenciación. Los objetos de consumo, distinguen a sus poseedores en la medida en que quienes no acceden a ellos conocen su significado sociocultural. Por lo tanto debemos reconocer que “... *en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad*”.²³

No nos hacemos conscientes de la cultura que compartimos, hasta el momento en que llegamos a sus límites, cuando nos sentimos incomunicados, es que estamos ante la presencia del ‘*otro cultural*’.

La comunicación cotidiana puede resultar ‘natural’, siempre que exista acuerdo sobre el sentido. No se advierte que los mensajes se articulan sobre una producción social, resultante de luchas y acuerdos, tampoco se repara en el conjunto de códigos, palabras, gestos y sobreentendidos. Existe un conjunto de saberes simultáneos y percepciones conjuntas. Esto nos indica que sólo perteneciendo a una misma cultura, podemos comunicarnos y compartir ritmos de tiempo, silencios, intereses, etc.

Cada palabra que usamos ha sido construida socialmente a partir de *luchas por la significación*. Podemos afirmar que existe una *historia social del sentido* y los signos que se poseen implican una construcción del mundo. Los objetos, la sensibilidad, los imaginarios, los afectos y las percepciones, cobran cuerpo en la cultura por medio de los signos. En este sentido la ‘realidad’ depende de nuestros códigos de significación, de cómo la interpretemos de acuerdo a estos códigos.

El encuentro con un ‘otro’ se manifiesta en la dificultad de comunicación y en la toma de conciencia de ser excluido de otros universos significativos. En la cultura urbana en general se despliegan varias subculturas, sistemas de significación constituidos a partir de interacciones y prácticas. Las subculturas a las que no se pertenece plantean una *otredad* a pesar de los grandes códigos compartidos. A pesar de compartir un lenguaje, espacios urbanos, condiciones sociales y económicas y hasta los mismos mensajes massmediáticos, se puede estar excluido de determinado ámbito subcultural, en lo referido a sus signos, percepciones y prácticas particulares. Por lo tanto, acercarse a la cultura de los jóvenes en las ciudades turísticas implica aceptar la existencia de ese ‘otro’ cercano cuyos códigos no comprendemos, ser capaz de reconocer la otredad e intentar aproximarse a sus universos de sentido que se traducen en prácticas sentidas como eficaces para pertenecer e integrarse con otros jóvenes adquiriendo identidad social.

2.4. *la ubicación en el espacio social y los puntos de vista*

También se hace necesario contextualizar estos sistemas de significación dentro de la dinámica social, económica y política en que se generan y reproducen. En este punto cobra relevancia la noción de *espacio social*, representación abstracta producida por un trabajo específico de construcción, que proporciona, a la manera de mapa, una visión, un punto de vista sobre los puntos a partir de los cuales los agentes-jóvenes dirigen sus miradas hacia el mundo social. Estos agentes tienen sobre este espacio objetivo, unos puntos de vista que dependen de la posición que en el mismo ocupan, y en los que a menudo se expresa su voluntad de transformarlo o de conservarlo.

La consideración de prácticas culturales juveniles en el ámbito del turismo, implica tener en cuenta dos hechos fundamentales: por un lado, la relación que une las prácticas culturales con el *capital escolar* (medido por los títulos obtenidos) y con el *origen social* (estimado por la profesión del

²³ García Canclini, N.: *Ciudadanos y Consumidores. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ed. Grijalbo, México,

padre); y, por otro el hecho de que a capital escolar equivalente, el peso del origen social en el sistema explicativo de las prácticas y de las preferencias se acrecienta a medida que nos alejamos de los campos más legítimos.

Este capital es el producto garantizado de los resultados acumulados de la transmisión cultural asegurada por la familia y por la escuela (cuya eficacia depende del capital cultural directamente heredado de la familia) . Por medio de las acciones de inculcación e imposición de valores que ejerce, la institución escolar contribuye también (en una proporción más o menos importante según el sector social de origen) a la constitución de disposiciones respecto de la cultura legítima, que tiende a aplicarse más allá de los límites de lo escolar tomando la forma de una propensión desinteresada a acumular experiencias y conocimientos que no pueden ser directamente rentables en el mercado escolar.

El efecto que ejerce la institución escolar es la imposición de titulaciones, caso particular del efecto de asignación de status positivo que todo grupo produce al asignar a los individuos a sectores sociales jerarquizados.

Así, las competencias son casi siempre producto de aprendizajes no intencionados que hacen posible una disposición obtenida gracias a la adquisición familiar o escolar de la cultura legítima. Provista de un conjunto de percepciones y apreciaciones de aplicación general, esta disposición se transporta hacia otras experiencias culturales, como es el caso de la práctica turística, y permite percibirla, clasificarla y memorizarla de distinta manera.

La institución escolar, al tener el monopolio de la certificación, rige la conversión de capital cultural heredado en capital escolar; sin embargo no tiene el monopolio de la producción de capital cultural: otorga su sanción más o menos completamente al capital heredado. En tal sentido, la familia y la escuela funcionan, de modo inseparable, como los lugares en que se constituyen las competencias juzgadas como necesarias; y mediante sus sanciones positivas o negativas, consolidan lo 'aceptable' y quitan valor a lo que no lo es.

La adquisición de la competencia cultural es inseparable de la adquisición de un sentido de aplicación productiva de las inversiones culturales, que al ser producto del acoplamiento a las posibilidades objetivas de hacer valer la competencia, favorece la adaptación anticipada a esas posibilidades.

3. El tiempo libre y la práctica turística

Es en el marco del análisis desarrollado hasta aquí sobre la significación de lo simbólico en un contexto de modernización contradictoria y de distribución desigual del capital económico, cultural y

1990, p.164.

social, que se puede iniciar un análisis del tiempo libre como pre-condición objetiva y subjetiva del turismo juvenil.

3.1. el tiempo libre, un tiempo autocondicionado

El tiempo libre es aquel tiempo de realización de actividades de opción no obligatoria, donde interviene la voluntad, aunque en última instancia dichas actividades estén socialmente condicionadas.

Por eso, al abordar el estudio del tiempo libre, es necesario considerar que éste no se encuentra aislado del conjunto de actividades de distinto tipo que realizan los grupos humanos y por las cuales se halla fuertemente condicionado. Por lo tanto, los estudios del tiempo libre deben tener en cuenta el análisis del empleo del tiempo en general, realizar estudios sobre el presupuesto de tiempo.

Si consideramos el tiempo libre como sistema cuyos elementos son un conjunto de actividades recreativas, el presupuesto de tiempo sería su entorno, con el que se encuentra en una interrelación dinámica. Esto le da un carácter de sistema abierto.

El tiempo libre así considerado se caracteriza por tres dimensiones que determinan sus propiedades:

- . la *magnitud*: representa la cantidad de tiempo que, como promedio, dispone un grupo humano para la realización de actividades recreativas.
- . la *estructura*: incluye el tiempo que se dedica a la realización de cada actividad recreativa, el momento del día en que se realizan dichas actividades y por último la frecuencia de realización de las mismas.
- . el *contenido*: aquí se señala cómo se realizan, el nivel cultural y la calidad de las mismas.

La categoría '*tiempo libre*', puede ubicarse dentro de la de '*modo de vida*', caracterizándola como “*un sistema de rasgos esenciales que caracterizan las formas típicas de actividad vital de la gente para una sociedad dada, formas que están determinadas por las condiciones directas de vida de la gente. El modo de vida determina, la actividad de las personas, las clases y los grupos sociales bajo las condiciones de determinada formación socioeconómica.*”²⁴

Para entender el tiempo libre, no hay que olvidar el análisis de los elementos que lo constituyen: la *temporalidad* y la *libertad*. Este es el único camino para llegar a una definición de ocio como tiempo libre, y también para ver cómo a través del ocio puede llegarse al tiempo libre y por qué el ocio puede no darse como tal tiempo libre.

Por otra parte, en el tiempo libre, libertad y condicionamiento no se oponen, sino que por el contrario, se suponen entre sí. Nuestras acciones se diferencian entre sí tanto por la obligación como por la libertad. Una y otra son modos de condicionamiento. El hombre es libre porque puede

autocondicionarse. “La condición humana es dialéctica, pues consiste en la contradicción entre el auto y el heterocondicionamiento; y la conducta es humana justamente por el hecho de tener que superar esa contradicción mediante la libertad”.²⁵

El condicionamiento no restringe ni limita la libertad; por el contrario, a través de aquel el hombre la realiza. Así, el condicionamiento la delimita y por consiguiente, la configura. Pero éste no debe ser confundido con autodeterminación ni con autonomía.

La conducta de ocio es una conducta tanto auto como heterocondicionada. Pero si todas las actividades que ocupan el tiempo social resultan de una conducta a la par auto y heterocondicionada, cómo diferenciar, según el condicionamiento, el tiempo de ocio del resto de tiempo social?

Se puede responder diciendo que el hecho de que los modos de condicionamiento sean comunes a todas las conductas humanas, no significa que se den por igual en todas ellas. El peso específico de cada modo varía en cada caso, en consecuencia el tiempo ocupado por la actividad que resulta de la conducta no es homogéneo.

Así, tomando como criterio la diferente naturaleza interna del condicionamiento de la conducta, se puede elaborar una *tipología del tiempo social*, determinando cuatro tipos fundamentales:

- . el *tiempo psicobiológico*, ocupado por las conductas e impulsado por nuestras necesidades psíquicas y biológicas elementales. Este se encuentra casi enteramente heterocondicionado sin apenas existir autocondicionamiento en el mismo.
- . el *tiempo socio-económico*, empleado en las conductas derivadas de las necesidades socioeconómicas, como una actividad laboral productiva de bienes y servicios. El mismo está fuertemente heterocondicionado.
- . el *tiempo socio-cultural*, dado por las acciones que demanda la vida socio-cultural. Aquí el hetero y el autocondicionamiento se dan entremezclados e íntimamente unidos.
- . el *tiempo libre*, dado por acciones que se realizan sin una necesidad externa que impulse. No es que en ellas no exista necesidad, pero ésta nos es intrínseca, es autocreada por cada persona. En consecuencia es uno mismo quién pone las condiciones para la satisfacción de esa necesidad. Este es un tiempo al máximo autocondicionado y al mínimo heterocondicionado.²⁶

Es importante aclarar algunas cuestiones respecto a esta tipología del tiempo social, que destaca cómo se combinan en él el hetero y el autocondicionamiento en distintas dosis.

²⁴ Glezerman, G.: *El modo de vida como categoría sociológica*. En revista “Demanda”. ICIODI, año 1, n.1., La Habana, 1976.

²⁵ Munné, F.: *Psicosociología del tiempo libre*. Ed. Trillas, México, 1995, p.70.

²⁶ Ver Munné F. *Psicosociología del tiempo libre*, op.cit.

En primer lugar es necesario plantear que estos cuatro tipos son tendenciales, es decir que cada uno participa más o menos de los restantes, debido al carácter unitario del tiempo humano, referido a un fenómeno total como es la vida personal y social. En segundo lugar, decir que cada tipo es fuente generadora de los demás. En el caso del tiempo libre, el hombre lo dedica a actividades que a menudo tienden para un empleo del tiempo típico de otras parcelas. En tercer lugar, hay que aclarar que estas transformaciones temporales no ocurren sólo en el plano individual sino también en el colectivo. Esto significa que con el transcurso histórico, una actividad puede variar socialmente de tipo al cambiar las condiciones sociales.

Sin embargo, el tiempo libre no está constituido únicamente por el tiempo que acaba de ser denominado con tal expresión, ya que también los restantes modos de tiempo social pueden integrarlo. Por lo tanto habría que distinguir entre el tiempo estricta y plenamente libre, y los restantes modos de este tiempo en lo que contienen éstos de conductas autocondicionadas. En aquel la libertad se realiza con un máximo de autocondicionamiento y un mínimo de heterocondicionamiento; en éstos, sólo en forma secundaria se autocrean y satisfacen las necesidades. Aquél puede llamarse *tiempo libre neto* y éste *tiempo libre bruto*.

El análisis anterior pone de manifiesto la continuidad natural de la temporalidad humana, plantea que los tipos básicos del tiempo social no la dividen en partes; sino que indican los distintos modos de condicionamiento que se dan en ella.

La conclusión a que todo lo dicho nos hace arribar es que “...*el tiempo libre está construido por aquel aspecto del tiempo social en el que el hombre autocondiciona, con mayor o menor nitidez, su conducta personal y social. Sin embargo lo que le define propiamente como tal tiempo libre es el tiempo ocupado por aquellas actividades en las que domina el autocondicionamiento, es decir en las que la libertad predomina sobre la necesidad*”.²⁷

Desde esta perspectiva, la práctica turística sería una forma altamente autocondicionada de uso del tiempo social. Sin embargo, dicho autocondicionamiento de hallará limitado por las condiciones y posibilidades económicas y por los recursos culturales de que los distintos grupos disponen.

3.2. *el tiempo libre, su significación social*

El tiempo libre, no funciona solamente en el sistema de la personalidad, sino también en relación con el orden social en que se encuentra situado, es decir que puede ser funcional, al crear las condiciones reproductoras de ese orden. Así, este tiempo en libertad, lo es para una libertad que tiende a reproducir y consolidar lo establecido, dando lugar al *tiempo libre institucionalizado*.

²⁷ Munné, F.: *Psicosociología del tiempo libre*, op. cit., p. 77.

Los nuevos procesos sociales ejercen un efecto de masificación sobre la realidad, lo que posibilita su influencia en el sistema de producción, distribución y consumo de bienes materiales y simbólicos. En este contexto, las actividades emprendidas durante el tiempo de ocio, aunque están subjetivamente autocondicionadas, objetivamente se hallan sometidas a una estandarización que supone un indirecto, y por ello eficaz, heterocondicionamiento, tal es el caso del modelo turístico masivo de sol y playa, donde las necesidades son creadas artificialmente por los fomentadores de unos estándares conductuales de ocio establecidos.

Tal tendencia cultural puede convertir al ocio en general y al turismo en particular en una actividad de consumo y, en consecuencia, al tiempo sustraído al trabajo o al estudio en un tiempo susceptible de manipulación económica y cultural.

El carácter objetivamente masificado y manipulado del ocio no se deriva únicamente de la dimensión económica; además tiende a despolitizar, conformar culturalmente y consolidar lo establecido.

Así, la práctica turística masiva de sol y playa, en tanto práctica recreativa, tiende a ser diversión estereotipada y mínimamente creativa, lo que conduce a la ausencia de esfuerzo, a la pasividad, es decir a la eliminación de lo individual creativo y la consolidación social de un tiempo gregario.

Sin embargo, aún dentro de este modelo cultural masificado, el tiempo libre, al ser un tiempo fundamentalmente autocondicionado, adquiere potencialidad al generar un espacio propicio para el desarrollo de prácticas de comunicación y socialización desestructuradas y creativas, pudiendo entrar en contradicción con el modelo existente.

Por eso, es importante preguntarse por la calidad del contenido del tiempo libre, el cual solamente se da como totalidad cuando, más allá de afirmar a los sujetos como creadores de su mundo individual, los afirma como creadores de un orden social. Aquí se contribuiría al cambio, ya que la clave de la creación es causar hechos nuevos. El elemento creado es siempre un factor extraño al orden y su dinámica, choca con su estructura, engendrando conflicto y provocando transformación.

Para los jóvenes la práctica turística en tanto práctica de tiempo libre, consiste en la sustracción de una parte de su tiempo heterocondicionado. Este es sentido y vivido libremente por ellos, por cuanto lo dedican, de un modo efectivo a actividades autocondicionadas, que manifiestan la libertad.

El contenido fáctico de este tiempo dedicado al turismo, está constituido por prácticas de descanso, recreación y creación que, en el caso de maximizarse, podrían entrar en contradicción con la realidad del modelo, transformándolo.

3.3. *tiempo libre, modernidad y postmodernidad*

La sociedad post-industrial se caracteriza por no centrarse ya en la producción de bienes materiales a gran escala y por tener como epicentro la producción de bienes inmateriales a gran escala, como son la producción de servicios, de información, de estética, de símbolos y de valores.

Por este

motivo, el poder está pasando de manos: de los propietarios de los medios de producción material a los productores de bienes inmateriales en un contexto de globalización de los gustos.

En este tipo de sociedad, gracias a la tecnología y a las ciencias organizacionales, se produce cada vez más trabajando cada vez menos. Este siempre fue el gran objetivo de la especie humana, por lo cual se hace necesario crear un modelo societal que se base ya no exclusivamente en el trabajo, sino en el *tiempo libre*, produciéndose una desestructuración de tiempos y espacios y una doble transformación: la del trabajo y la del ocio.

La producción a escala mundial y las formas de consumo se globalizan, la información se planetariza, el trabajo y el no trabajo se mundializan. Entre estos nuevos fenómenos surge la necesidad de ocupar el tiempo libre, ya que al mismo tiempo que la organización de la producción y las formas de empleo se modifican, se crean también nuevas condiciones y modalidades de utilización del tiempo libre, que pasa a constituir, como plantea M. Santos²⁸, un fenómeno mixto ya que participa al mismo tiempo como sector importante de la economía y como manifestación cultural. El ocio no sólo reúne, distrae y conmueve a las personas, sino que también genera empleo. El turismo y los eventos musicales y deportivos son una prueba de ello.

Sin embargo, el ocio no es expresión exclusiva de formas organizadas y burocratizadas de uso del tiempo libre practicadas por las sociedades industriales y por los estratos altos y medios de los países menos desarrollados. Existe también un ocio de '*abajo hacia arriba*', formas desestructuradas de distracción colectiva, generadoras de solidaridad y trabajo. Su espontaneidad en la base de toda sociedad es garantía de permanencia, creatividad y renovación.

Dado que, desde la perspectiva moderna todos hemos sido preparados para el trabajo, en la familia, en la escuela y la universidad, nunca se nos preparó para administrar nuestro tiempo libre, éste es difícil de ser administrado porque aún no existe un modelo de vida y de sociedad basado en el tiempo libre.

Si se tiene en cuenta que trabajo y ocio son dos conceptos que se contraponen en la sociedad moderna, cabe la pregunta sobre cómo desarrollar el ocio en una sociedad orientada hacia el trabajo, aún cuando éste escasea? Cuáles son las nuevas formas que puede asumir el tiempo libre?

La globalización es hoy más fuerte e influyente respecto de las alteraciones que impone al trabajo y de las presiones que ejerce sobre el mundo de la cultura en general y del ocio en particular, por lo cual

la identidad cultural dependerá de un trabajo de construcción de las personas de sí mismas y de un trabajo de aproximación solidaria a la dimensión pública. De allí que puede afirmarse que el tiempo libre surge de un tiempo personal que resulta de la libre *expresión* de la persona en la sociedad y de un tiempo social que resulta de la necesaria *inserción* de la persona en la sociedad.

El enfoque psicosocial de tiempo libre, asume la dimensión personal y social ya que es “...*expresión de ‘necesidad’ tendiente a suplir carencias y costos de nuestra ‘inserción-adaptación’ en el mundo, cuanto expresión de potencia tendiente a encauzar aspiraciones y realizaciones de nuestra ‘inserción-transformación’ en el mundo*”.²⁹

Este enfoque se refiere al tiempo libre en términos de descanso, recreación y creación. El descanso distendido que trasciende el descanso exigido que propone la sociedad actual, la recreación espontánea, lúdica y expresiva que trasciende la recreación impuesta que genera la sociedad actual, la creación innovadora y participativa que trasciende la reproducción social establecida por la sociedad actual y es instancia de transformación y construcción de futuro.

3.4. tiempo libre y desempleo

El subempleo y el desempleo, provocados por los mecanismos de producción y de especulación financiera propios de estos tiempos de globalización, parecen alterar las bases sociales que posibilitan el ocio, al desestructurar a las personas, degradando su relación con el mundo.

En términos generales, puede afirmarse que la globalización mata lentamente al ocio en la medida en que reduce gradualmente la cantidad de empleos disponibles, degradando la calidad de vida de las personas. La sustitución del hombre por la máquina, la injusta estructura de distribución de la renta y los mecanismos de exclusión crecientes, crean situaciones de precariedad e inseguridad subjetivas, derivadas de una vulnerabilidad o exclusión objetiva que se contraponen con la predisposición al uso del tiempo libre.

Sin embargo, la comprensión de las implicancias que tiene el trabajo sobre las posibilidades de experimentar el ocio y el tiempo libre, debe superar la tradicional visión dicotómica sobre el binomio tiempo ocupado - tiempo libre, ya que, si bien es verdad que la diferencial situación ocupacional de las personas supone diferentes posibilidades de experimentar el tiempo libre, el tiempo ocupado no se manifiesta siempre como una condición necesaria del tiempo libre.

Desde esta perspectiva, el tiempo libre se expresa de forma amplia y polivalente, por lo que para comprenderlo es necesaria una visión más amplia y diferenciada.

²⁸ Ver trabajo del autor *Popular leisure and job creation* en *Leisure in a globalized society*. Ed. SESC / WRLA Sao Paulo, 2000. P. 345.

²⁹ Mantero, J.C.: *Tiempo libre y calidad de vida urbana*. Conferencia dictada en el 5to Congreso Mundial de Tiempo Libre. San Pablo, Octubre de 1998.

*“El tiempo libre envuelve tres potencialidades o funciones: descanso, ocio y creación, momentos diferenciados de forma cualitativa en nuestra sociedad y que se expresan de tres maneras: como un descanso forzado, como un ocio programado y como una creación regulada.”*³⁰

El descanso forzado, es para las personas ocupadas, un medio de recuperarse del cansancio. El ocio programado se vincula en general con actividades basadas en el entretenimiento trivial. Por último, la creación, probablemente la más fundamental de las tres instancias, es libre expresión de la creatividad de las personas y genera la posibilidad de transformación social.

Desde esta visión, cobra relevancia el análisis de las formas populares de tiempo libre, ya que, en tanto expresión colectiva y creativa, tienen posibilidades de modificar el entorno y generar trabajo.

La imagen estereotipada del tiempo libre amenaza con sustituir el gusto por la fantasía y el descubrimiento. El consumo, que es el gran fundamentalismo de estos días, acaba presidiendo todo, inclusive el ocio, lo que es *“...causa y consecuencia de curiosidad domada, de descubrimiento industrializado, de ocio controlado, regimentado, normativizado, monitoreado, mediocrizado...”*³¹

Sin embargo, como se mencionara más arriba, las expresiones de tiempo libre todavía no son exclusivas de formas organizadas y burocratizadas, practicadas por los sectores medios y altos de nuestras sociedades. Existen también prácticas de creación popular, rebeldes a las estadísticas que, en las condiciones actuales, son fuentes de ocupación remunerada, aunque raramente permanente, contribuyendo a amenizar los efectos de la crisis producida por la disminución del empleo formal. Este fenómeno se expresa en las fiestas en las calles, los bailes, las ferias, etc. de acuerdo a las formas representativas de cada cultura.

Así, puede afirmarse que al mismo tiempo que con la globalización de la economía se modifica la organización de la producción y cambian las condiciones de empleo y desempleo, se crean nuevas actividades, incluidas las de tiempo libre, que pasan a constituir un fenómeno mixto, al participar como sector de la economía y ser manifestación de cultura, oponiendo y reuniendo cultura de masas y cultura popular, mundo y lugar, mercado y vida.

Es necesario pensar entonces, nuevas soluciones al problema del desempleo, basadas en las nociones de territorio, vida cotidiana y cultura. *“Gente junta que crea trabajo. Gente reunida productora de economía, creando, conjuntamente, economía y cultura. [] ...manifestaciones genuinas, representativas, auténticas. Es aquí donde se encuentra la riqueza de la improvisación.”*³²

³⁰ Mantero J.C.: *Turismo e lazer en Lazer in a globalizad society*. SESC/WRLA. São Paulo, 2000. P. 186. (traducción propia)

³¹ Santos, M.: *Lazer popular e geracão de empregos en Lazer in a globalizad society*. Op.cit. P. 33. (traducción propia)

3.5. *la práctica turística, instancia de tiempo libre y práctica cultural juvenil*

En la sociedad moderna cada vez más el tiempo libre está dedicado a la práctica turística y la realización de viajes. Esta se lleva a cabo en vacaciones es decir el descanso temporal de una actividad habitual, principalmente del trabajo o del estudio, el tiempo que dura el cese del trabajo o del estudio, considerado de tiempo libre y dedicado al ocio y a las actividades de ocio.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en el artículo 2 de la Declaración de Manila adoptada en 1980, resalta la importancia de las vacaciones pagas y las vacaciones de tiempo libre de la población mundial afirmando que:

“En el Umbral del siglo XXI y ante los problemas que se plantean a la humanidad parece oportuno y necesario analizar el hecho turístico, teniendo en cuenta fundamentalmente la amplitud que ha llegado a tener desde que la concesión a los trabajadores del derecho a las vacaciones anuales pagadas hizo que pasara del ámbito limitado de un placer de minorías al ámbito general de la vida social y económica”.

En el artículo 4 de la misma Declaración se afirma que: *“El derecho al uso del tiempo libre y especialmente el derecho de acceso a las vacaciones y a la libertad de viaje y del turismo, consecuencia natural del derecho al trabajo, están reconocidos, por pertenecer al desarrollo de la misma personalidad humana, en la Declaración de los derechos humanos, así como acogidos en la legislación de muchos Estados. Implica para la sociedad el deber de crear para el conjunto de los ciudadanos las mejores condiciones prácticas de acceso efectivo y sin discriminación de este tipo de actividad. Tal esfuerzo debe constituirse en armonía con las prioridades, las instituciones y las tradiciones de cada país.”*

Al igual que cualquier práctica cultural de tiempo libre, el turismo tiene efectos sobre la individualidad y la vida social , ya que en él se reafirma la necesidad vital de libertad y de movimiento, al mismo tiempo que se establecen relaciones interpersonales e intergrupales.

El turismo no sólo es, pues, una simple evasión o mera distracción que rompe con la monotonía de la vida de trabajo o estudio, también puede ser un factor de solidaridad, cambio y tolerancia en el encuentro con ‘otros’ culturales.

Detrás del deseo de hacer turismo, surgen diferentes motivaciones para las distintas generaciones. En los jóvenes, los viajes constituyen una forma de afirmación y oportunidades para la realización de aspiraciones y construcción de identidades. En este sentido puede afirmarse que, en el marco del tiempo libre en general y en la expresión del turismo juvenil en particular, las culturas juveniles adquieren mayor visibilidad y expresión.

Desde la perspectiva de J. Machado Pais³³, las prácticas culturales juveniles tienen una particularidad común, ocurren en el dominio del tiempo de ocio. Por este motivo, estas prácticas tienen semejanzas

³² Santos, M.: *Lazer popular e geração de empregos* en *Lazer in a globalized society*. Op.cit. p.35. (traducción propia)

³³ Machado Pais, J.: *Culturas juvenis*. Imprensa Nacional - Casa da Moeda. Lisboa, 1993.

morfológicas o de superficie propias de la juventud cuando ésta se entiende como un concepto referido a una *fase de vida*. En este sentido, las culturas juveniles son en su esencia, culturas de ocio por motivos de orden práctico (porque la afirmación juvenil no puede existir sin la participación integrativa en espacios de ocio, siendo ésta más importante que en otras generaciones) e ideológico (porque en las representaciones comunes, en especial a nivel de los mass media, el mito de la juventud homogénea es alimentado por formas de ocio que parecen acercar a los jóvenes).

Así, puede decirse que todos los jóvenes gustan de estar con amigos, divertirse, salir, pasar el tiempo, 'no hacer nada'. Matar el tiempo implicará una astucia, una pericia que se aprenderá con la práctica. Es en este 'no hacer nada' que se producen las solidaridades e identidades grupales, son estas ritualidades las que generan las múltiples construcciones juveniles de la realidad. La importancia afectiva dada por los jóvenes al tiempo colectivo dedicado a estar y salir con amigos, marca una ruptura con lo cotidiano familiar, escolar, laboral y provee la posibilidad de afirmarse en un dominio de la vida cotidiana de donde los adultos se encuentran alejados.

Sin embargo, en esta aparente unidad de la juventud es posible encontrar una diversidad de situaciones que tornan heterogénea la experiencia de ser joven. Los jóvenes no participan del mismo tipo de prácticas culturales de tiempo libre. Diferentes prácticas de tiempo libre están en la base de diferentes culturas juveniles y los fundamentos de constitución, institución y legitimación de esas prácticas varían según sectores sociales de pertenencia. Estas prácticas no sólo marcan diferenciaciones intrageneracionales sino también distinciones intergeneracionales.

Así, el turismo masivo de sol y playa será una práctica de tiempo libre propia y distintiva de los jóvenes de sectores medios medio bajos. Expresión de una cultura juvenil particular, esta práctica cultural enclavada y enclavante, al mismo tiempo que identifica y da pertenencia, distingue y separa a los jóvenes de otros sectores sociales.

3.6. el modelo turístico de sol y playa

El Litoral Atlántico de la Provincia de Buenos Aires en Argentina se extiende 1.280 kms., desde el cabo San Antonio hasta la desembocadura del río Patagones, y comprende, en una serie de Municipios, un número elevado centros destinados a la actividad turística, entre los cuales se encuentran Mar del Plata y Villa Gesell, ciudades objeto de análisis.

Salvando diferencias respecto de su estructura y dimensión, tales ciudades responden al modelo turístico de sol y playa desarrollado desde hace cinco décadas con el propósito de dar respuesta al turismo masivo inducido, promovido para una demanda interna de limitada diferenciación, y caracterizando por la oferta de un producto estandarizado de considerable rigidez y sustentado en el recurso natural playa.

En genérica consideración, ambos destinos reciben una afluencia *masiva* de turismo interno, que se caracteriza por ser concentrada en tiempo (la temporada estival), lo que determina una acentuada *estacionalidad*; y en espacio (la franja litoral), lo que determina una marcada *fragmentación*.

La diferentes capacidad locacional de estos centros turísticos, mucho mayor en el caso de Mar del Plata, que disponen fundamentalmente de vivienda y hotel, determina una acentuada *rigidez*, ya que el tipo de alojamiento más utilizado es el departamento o la casa, en propiedad y/o en alquiler.

Este tipo de turismo es *vacacional* y *familiar* con fines de descanso y recreación, sustentado en el recurso del mar y la playa, condición que supone cierta *homogeneidad* en las expectativas y las preferencias de los usuarios, permitiendo asumir que las variaciones en los niveles de uso se corresponden con las variaciones de la calidad de la oferta.

Asimismo, el turismo practicado en estos centros recreativos no conduce en general a encuentros e intercambios interpersonales informales, por el contrario, los turistas buscan reproducir en su entorno vacacional las comodidades y los estilos de vida propios de sus hogares.

Tales condiciones son determinantes de una modalidad turística que se caracteriza por la *domesticidad*³⁴ de las prácticas, atento a la incidencia que se plantea cuando el turismo en familia coincide con el turismo en vivienda.

La domesticidad de las prácticas supone ciertas implicancias:

- . la oferta de alojamiento se atomiza en unidades de vivienda de incierta equivalencia, multiplicando oferentes,
- . el equipamiento de alojamiento no requiere prestación de servicios ad-hoc, en tanto la alimentación se realiza en la vivienda y la recreación tiene en la vivienda un ámbito alternativo,
- . la capacidad de alojamiento es flexible (siempre cabe uno más) y el umbral de consumo es reducible (siempre se puede con algo menos), induciendo al turista a apelar a *estrategias de subsistencia*, de mínimo consumo.

Las tendencias señaladas en la modalidad turística suponen una actitud de repliegue del turista habitual y consecuente pérdida de dinámica en la inducción de actividades y requerimiento de servicios.

El alcance de *la domesticidad* no subestima ciertas condiciones propicias, emergentes de la privacidad y la tranquilidad en el descanso aspirado, sino que advierte respecto de prácticas que requieren evaluación respecto de su incidencia en la actividad turística y el uso del espacio urbano.

³⁴ Ver Mantero, J.C.: *Miramar: dimensiones críticas y estrategias de desarrollo* en revista Aportes y Transferencias. CIT. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMDP. Vol. 1, año 1, 1997.

En tales condiciones, el espacio turístico ha sido proyectado por y para el turismo y la inversión del sector privado se encuentra directamente relacionada con la expectativa de la renta diferencial que garantizan ciertas condiciones paisajísticas y económicas de los espacios.

Así, la localización de servicios turísticos se concentra en el espacio adyacente a la playa, constituyendo una unidad funcional de *espacio mercantilizado*³⁵ y *saturado*³⁶ en el periodo estival, dispuesto para el consumo de equipamientos y espacios en su conjunto y adquiriendo distinto significado para los actores sociales en función de su apropiación.

La mercantilización del espacio turístico supone la traslación de ciertas relaciones humanas informales y tradicionales al plano de la actividad económica, convirtiendo actos que antes eran espontáneos, en transacciones económicas, dándose procesos de construcción de imágenes y expectativas que influyen en los patrones de comportamiento de los turistas.

Este rasgo del modelo turístico, crea una lógica donde prácticamente todo se presenta como mercancía que se compra y se vende, instrumentándose una lógica de consumo.

Así, en mayor o menor medida según caso, el modelo se torna manifestación de dependencia cultural, creándose una situación en la que las actitudes, creencias y valores, se ajustan a los dictados globalizantes de la cultura.

Asimismo, la disposición espacial presenta una *fragmentación* entre el área de servicios y equipamientos turísticos y el área de residencia de la población local, que queda marginada de este espacio conformando una estructura territorial dispersa.

4. El espacio y sus imaginarios

4.1. el espacio geográfico y su nueva territorialidad

La consideración de las prácticas culturales de los jóvenes en su heterogeneidad, implica tener en cuenta su distribución, en términos de P. Bourdieu, en un *espacio geográfico socialmente jerarquizado*.

“En efecto, las probabilidades que un grupo puede tener de apropiarse de una clase cualquiera de bienes singulares (y que miden las esperanzas matemáticas de acceso) dependen, de una parte, de sus capacidades de apropiación específica, definidas por el capital económico, cultural y social que puede utilizar para apropiarse material y/o simbólicamente de los bienes considerados, es decir de su posición en el espacio social, y de otra parte de la relación entre su distribución en el espacio geográfico y la distribución de

³⁵ Ver De Kadt : *Turismo: pasaporte al desarrollo?. Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Ed. ENDYMION. Madrid. 1991.

³⁶ La idea de *saturación* se utiliza en relación a la densidad de apropiación y uso del espacio.

*los bienes singulares en ese espacio (relación que puede medirse en distancias medias a unos bienes o a unos equipos), o en tiempos de desplazamiento -lo que hace intervenir al acceso a unos medios de transporte, individuales o colectivos-”.*³⁷

Así, los jóvenes turistas obtendrán propiedades culturales diferenciales, también por su posición diferencial en el espacio geográfico y por medio de la calidad de los contactos sociales (las ‘frecuentaciones’) que favorece la proximidad espacial.

La distancia social real de este grupo a unos bienes debe integrar también la distancia geográfica, que depende de la distribución del grupo en el espacio, y con mayor precisión de su distribución con respecto al centro de los valores económicos y culturales.

La practica cultural aumenta cuando en tamaño de la aglomeración urbana va siendo más grande. Así, la distancia de un sector social a los bienes de la cultura legítima, no sería tan inmensa si, a la distancia cultural relativa a su escaso capital cultural no viniera a añadirse el alejamiento geográfico resultante de la dispersión en el espacio que caracteriza a este sector. En conclusión, las diferencias observadas en las prácticas turísticas de los distintos sectores sociales tienen mucho que ver con su distribución según el tamaño y la complejidad de la ciudad turística en cuestión y con el lugar de residencia de los turistas.

Sin embargo, también es necesario analizar una nueva configuración de este espacio geográfico en tiempos contemporáneos, es decir cómo éste es ‘ocupado’.

Si es verdad que los cambios de la sociedad contemporánea consolidaron un patrón civilizatorio particular, el de la modernidad-mundo, debemos preguntarnos por el tipo de espacialidad que le es particular. Si es sabido que la desterritorialización es una de sus características particulares, cómo se comprende en términos de R. Ortiz³⁸ una *territorialidad desarraigada* ampliada más allá de las fronteras físicas?

La mundialización del espacio debe ser entendida como transversalidad y una primera implicación de esta idea está en la afirmación de que existen ‘territorialidades’ desvinculadas del medio físico, es decir que el modo de vida de los grupos sociales, en este caso de los jóvenes, es hoy, en buena medida, desterritorializado. Esto explica la regularidad de comportamientos en determinados grupos sociales con relación a la organización de la vida, el consumo, la diversión, los viajes, etc.; a pesar de estar distribuidos en forma desigual por el planeta debido a que los mensajes y los símbolos circulan libremente en redes desconectadas por diferentes espacios geográficos.

El hecho de nombrar conceptos como ‘estratos desterritorializados’, ‘referencias culturales desterritorializadas’, ‘imaginario colectivo internacional-popular’, obliga a pensar el espacio en cierta forma independientemente de las restricciones impuestas por el medio físico.

³⁷ Bourdieu, P.: *La distinción*, Taurus, Madrid, 1999, p.120-121.

Sin embargo, si la desterritorialización tiene la virtud de apartar el espacio del medio físico, la reterritorialización lo actualiza en su dimensión social, lo ‘localiza’. Nos encontramos, pues, lejos de la idea del ‘fin’ el territorio. Lo que aparece es una *territorialidad dilatada*.

Así, la mundialización de la cultura y en consecuencia del espacio, debe ser entendida como transversalidad. Las nociones de transversalidad y atravesamiento permiten pensar los conceptos de cultura-mundo, cultura nacional, cultura local; de otro modo, sosteniendo que no existe una oposición entre ellas. Sin embargo, nada significaría esta mundialización si sólo existiese como ideología, es decir como concepción del mundo articulada exclusivamente por intereses políticos y económicos. Para tornarse cultura, debe materializarse como cotidianidad . Una familiaridad que se expresa también en hoteles, lugares de descanso, entretenimiento y diversión, supermercados, autopistas, ferrovías, etc. En estos ‘lugares’ los usuarios poseen un conocimiento específico, adecuado que les permite transitar la maraña de sus entrecruzamientos. Así, la modernidad mundo sólo se realiza cuando se localiza y confiere sentido al comportamiento y la conducta de los individuos, en este caso, los jóvenes turistas.

Sin embargo, los jóvenes en general y los jóvenes de diversos sectores sociales en particular, no sentirán los lugares en los que vacacionan desde las mismas referencias materiales y simbólicas. Existe una heterogeneidad de referentes identificatorios, por este motivo se torna necesario el análisis de las distintas formas de sociabilidad, a los diversos modos de comunicar y de habitar los lugares.

M. Maffesoli³⁹ ha retomado la noción de masa para pensar la reconfiguración de la sociabilidad en *tribus*. Comprender qué ocurre con las ciudades hoy exige plantearse la dinámica que liga estas tribus a la masa, es decir la lógica que entrelaza la homogeneización inevitable a la diferenciación indispensable entre los grupos por el género, la edad, los repertorios estéticos, los estilos de vida, etc. Creadoras de sus propias matrices comunicacionales las tribus definen los trayectos con que demarcan los espacios. Así, no son los lugares los que congregan sino que es la intensidad de sentido depositada por el grupo y sus rituales lo que convierte una esquina, una plaza, una playa o una disco en territorio propio.

También cabe consignar, las mutaciones culturales que afectan el sentido de los que llamamos *lugar*. M. Augé⁴⁰ plantea la idea de ‘no lugar’ para nombrar espacios que indican la emergencia de un nuevo habitar. En oposición al concepto de ‘lugar antropológico’, que es territorio cargado de historia y de señas de identidad; el no lugar es el espacio donde los individuos son liberados de toda carga de identidad interpeladora y exigidos únicamente en su interacción con textos. Sin embargo, según el

³⁸ Ortiz, R.: *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Ed. Universidad Nacional de Quilmes. Bs. As., 1996.

³⁹ Maffesoli, F.: *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*. Ed. Icaria. Barcelona, 1990.

⁴⁰ Augé, M.: *Las ‘no lugares’. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Ed. Gedisa. Barcelona, 1996.

autor esta oposición teórica, se manifiesta en la realidad a través de continuidades y reconfiguraciones del sentido del espacio, ya que el lugar nunca queda completamente borrado y el no lugar no se cumple nunca totalmente.

A partir de esta noción, se conciben los espacios recreativos utilizados por los jóvenes turistas como *lugares*, ya que más allá de posibles reconfiguraciones, son espacios imaginados, valorizados como escenarios de encuentro y comunicación, cargados de señas de identidad etérea y de clase.

En conclusión, en el mundo contemporáneo, los individuos en general y los jóvenes en particular, poseen referencias, pero no raíces que los fijen físicamente a un territorio. Sin embargo, esta navegación en los circuitos internacionales no produce una desterritorialización pura, sino una nueva *territorialidad desarraigada*, que entre otras cosas, se manifiesta en los usos del tiempo y del espacio en el ámbito de la práctica turística de sol y playa.

4.2. *el espacio turístico, un espacio imaginado*

Los espacios turísticos, deben ser pensados como lugares para habitar, visitar y también para ser imaginados, ya que si bien se constituyen en una infraestructura urbana y en una estructura de servicios turísticos, también lo hacen con imágenes que imaginan el sentido de estas ciudades, cargándolas de fantasías heterogéneas. “*La urbe programada para funcionar, diseñada en cuadrícula, se desborda y se multiplica en ficciones individuales y colectivas*”.⁴¹

En tal sentido, puede afirmarse que los jóvenes turistas no sólo hacen una experiencia física de Mar del Plata y Villa Gesell, no sólo las recorren, sino que las imaginan construyendo suposiciones sobre lo que ven y sobre quienes los cruzan. Gran parte de lo que le pasa a estos jóvenes es imaginario porque no surge de la interacción real. Toda interacción tiene una cuota de imaginario y más aún en las interacciones fugaces que plantea la condición de turista.

Estas ciudades turísticas se construyen por las acciones y representaciones de los diversos actores sociales que transitan por ellas, residentes y turistas; pero éstos a su vez son construidos como sujetos urbanos en la experiencia histórica y cotidiana de vivir, en forma permanente o temporaria, en ellas.

En el caso de los jóvenes, existen usos y valoraciones de determinados espacios, que indican una producción de sentido particular. Los sectores de la ciudad que transitan, los lugares donde se encuentran, la gente con la que están, la playa, la disco, etc. Todos ámbitos que marcan límites, pertenencias, un territorio juvenil apropiado, pero también en disputa, una conjugación de oposiciones, contrastes y conflictos con ‘otros’ de condición etérea diferente y de sectores sociales diferentes.

⁴¹ García Canclini, N.: *Imaginario urbano*. EUDEBA. Bs. As., 1997, p. 109.

Para analizar estos espacios urbanos turísticos como espacios imaginados es necesario ver “*la extensión de la influencia de la ciudad fuera de su cerco*”⁴². El espacio figurativo, no está hecho solamente de lo que se ve sino de cosas que se saben y recuerdan.

La práctica turística presupone “*un imaginario del espacio que da sentido al recorrido y diferencia los lugares. En base a esta idea puede identificarse un sistema de territorios simbólicos construidos sobre la asociación de modelos de espacios ligados a tipos de experiencias y valores esenciales. De esta manera se privilegia la relación entre espacios e imaginarios, definiendo unos sistemas o conjuntos de lugares cargados de sentido por la mitología turística, convirtiéndose, así, en destino anhelado de estos nuevos nómades que son los turistas*”.⁴³

Tanto en Mar del Plata como en Villa Gesell, la práctica turística de los jóvenes se expresa en las diversas maneras de utilización de los espacios, éstas prácticas constituyen un lenguaje, en el sentido que designan espacios como vinculados al *imaginario*⁴⁴ de estas ciudades, que se encuentra alimentado por la historia del lugar así como por los relatos que otros turistas han hecho de ellos y por las prácticas que allí se desarrollan, inscribiéndose todo ello como experiencia cultural, universo simbólico que en cierta forma comparten residentes y turistas.

El hecho de pertenecer, ser parte de, implica percibir, reconocer, experimentar y comprender los significados de estos lugares, que compartidos por determinados grupos sociales, constituyen las raíces simbólicas que se tienen de ellos.

Estas ciudades turísticas, aparecen así, como espacios vividos, calificados, nombrados, ‘producidos’ por las prácticas cotidianas de residentes y turistas. Es la práctica de estos actores sociales con actividades, percepciones, memoria, símbolos, la que califica y localiza estos espacios turísticos, es ella la que puede crear lugares que no son los que han sido proyectados.

Así, la relación que los jóvenes turistas mantendrán con estas ciudades no será puramente visual-perceptual, implicará la apropiación de signos urbanos y producirá sentidos.

Mar del Plata y Villa Gesell adquieren realidad para los turistas a partir del imaginario que ellas mismas han originado y que vuelve a ellas. Son destinos deseados, pero también puntos de partida a través del imaginario y de las imágenes que las mismas han construido. Por este motivo, debe entenderse a la experiencia turística como una experiencia cultural y como tal, de naturaleza

⁴²Argan, G.C.: *Crítica de arte*. Ed. Rosenberg-Rita. Bs. As. 1984, p. 70-71.

⁴³Urbain, Cfr y Didier, J.: *L'idiote du voyage. Histoires de touristes*. Ed. Plan. París. 1991, p.111.

⁴⁴ La noción de *imaginario social* nos remite a la consideración de la subjetividad como estrato constitutivo de lo histórico social, al mismo tiempo que como factor explicativo de distintas configuraciones sobre la realidad. Por este motivo el concepto es válido para interpretar lo urbano en general, y las condiciones de aparición de estos asentamientos turísticos, en particular.

Todo orden social se fundamenta sobre un conjunto de significaciones y representaciones a través del cual la sociedad y el espacio se ordenan y reproducen. Así, es posible reconocer que las prácticas sociales son el resultado de dos factores: (a) los que se relacionan con las fuerzas productivas y las relaciones de producción; y (b) los que se vinculan a estas representaciones que actúan, a la vez, como productoras y reproductoras de la realidad social.

básicamente simbólica antes que material. Se trata, pues, de experiencias efímeras que valorizan el ‘descubrimiento’, el encuentro, las relaciones interpersonales y grupales.

4.3. *el espacio turístico, un espacio dual*

En estos espacios de ocio, se materializan las contradicciones que aparecen en la sociedad de consumo en general, ya que ellos reúnen, por un lado, toda la problemática del tiempo libre y su empleo y, por otro la apropiación diferencial según el sector social de pertenencia a nivel de reparto de la renta, del tiempo libre y de los espacios en qué consumir aquella y pasar éste.

La separación funcional del tiempo del ocio y el tiempo de trabajo, se materializa en la separación paralela del espacio de ocio y del espacio de trabajo. Así, los lugares de circulación de los turistas en general y de los jóvenes turistas en particular, tendrán que ver con unos espacios, visibles y disfrutables, y no con otros, no tan mostrados ni tan disfrutables.

Además, Mar del Plata y Villa Gesell, son ciudades turísticas con un entorno natural diferencial respecto del lugar de procedencia de los turistas: el mar y la playa, lo que las constituye en espacios urbanos con un entorno natural valorizado como espacio de ocio y no como espacio de trabajo.

Según R. Barthes⁴⁵ es el hombre el que se apropia de la naturaleza semantizándola, dándole un sentido. En el momento actual, en que consume la aparición de una sociedad totalmente urbanizada, la naturaleza vuelve a tomar un valor como garantía de descanso del ruido no deseado. La sociedad industrial y post-industrial urbana está llegando a un punto en que los bienes que históricamente han sido escasos, como alimentos, vestido, objetos, etc., en mayor o menor medida, van dejando de serlo, mientras que los bienes abundantes, llamados por los economistas clásicos ‘bienes libres’, aquellos que no tenían un precio, la luz, el aire, el sol, el espacio, son cada vez más escasos, transformándose el espacio en la nueva escasez.

En tal sentido, el espacio turístico se constituye como espacio valorizado en tanto, a partir de este principio de escasez, es utilizado mediante un empleo intensivo del mar y la playa.

Por tanto, en estos espacios turísticos se da un cierto grado de complejidad en los elementos que lo componen y una diferencia con el entorno cotidiano del lugar de origen de los turistas.

Además, en las áreas turísticas aparece un conjunto de contradicciones que resulta interesante resaltar:

- . una tensión entre las necesidades de espacio para el trabajo y el espacio destinado al ocio.
- . una contradicción entre las viviendas y alojamientos vacíos durante diez meses del año en las zonas de uso turístico y el déficit de viviendas en las zonas periféricas de uso residencial.

⁴⁵ Barthes, R.: *La semiología*. Ed. Tiempo Contemporáneo. Bs. As, 1974.

- . una tensión entre la necesidad de los sujetos de hacer uso del espacio público más bello y disfrutable, y la privatización en aumento de éste.
- . una contradicción entre el 'superdesarrollo' de la costa y el 'subdesarrollo' de las áreas urbanas no utilizadas por los turistas.

5. *Acerca del acceso a la realidad*

El trabajo pretende reflejar los dos momentos del quehacer científico: la teoría y la empiria. Es decir, si bien la intención es dejar 'que los datos hablen por sí mismos', también se intenta que el trabajo teórico no cese en ningún momento.

Al respecto, es importante precisar que, por un lado la noción del dato 'puro'- que 'supuestamente' refleja el mundo a la manera de un espejo, y es tomado pasivamente por el investigador- es una falacia como lo han demostrado los trabajos de K. Popper y T. Kuhn en relación con la '*carga teórica*' inevitablemente incorporada por los investigadores a todas sus observaciones; y, por el otro, la existencia de cierta '*subdeterminación de la teoría por los datos*' que no permite que cualquier corpus teórico interprete los datos de una investigación, es decir, la teoría debe permanecer pegada a los datos que interpreta.

Por otra parte, cabe destacar, desde una postura no positivista de las ciencias sociales, que el dato no es el hecho empírico, sino un 'cartografiado' del mismo, una construcción del investigador de acuerdo a los objetivos de la investigación y su marco conceptual y referencial. El dato es un material simbólico, una determinada estructuración, un proceso de síntesis de síntesis y atribución de sentido. Por otro lado, también cabe señalar la imposibilidad de conocer la realidad 'tal cual es' ya que supondría la existencia de una realidad pre-existente a los sujetos, inmutable, que no daría cuenta de las múltiples relaciones que la configuran. Entre estas múltiples relaciones se hallan las que establece el investigador con su objeto de conocimiento.

Se trata de un objeto en el que está incluido el investigador, de un *objeto subjetivo*, "*... en el sentido de que posee subjetividad y flexibilidad propias, volición y libertad, por más que estas cualidades de los individuos sean relativas al conjunto social del que forman parte.*"⁴⁶

Sin embargo, estas consideraciones no se enfrentan al 'rigor científico', pues el mismo se vincula con la sistematización del proceso investigativo, los pasos y operaciones realizadas por el investigador para arribar a tal resultado. Se plantea en cambio, una mayor transparencia, al considerar la subjetividad del investigador como componente del proceso. Es necesario que esta subjetividad natural se transforme en una 'subjetividad rigurosa' para ello se deben poseer herramientas analíticas que posibiliten explicitar las intervenciones del analista y controlar interpretaciones apriorísticas.

A partir del marco expuesto se fijan algunos criterios para la selección de la metodología:

- que sea relativamente formal en su transparencia en el proceso analítico, aunque sea solo para garantizar que haya un punto de referencia para la discusión posterior e inclusive la crítica del mismo método,

- que brinde un marco para organizar los datos, ya que un método debe garantizar la contemplación de todos los datos recolectados y facilitar su presentación en forma sistemática,
- que permita miradas nuevas, teniendo en cuenta que el objeto de estudio no es ajeno a nuestras vidas cotidianas , y como tal corremos el riesgo de ver sólo algunas cosas,
- que se pueda confirmar que los datos y resultados construidos se vinculan con contextos y personas y no son producto de la imaginación del investigador.

6. Fuentes de datos a emplear

El estudio se analiza fundamentalmente en el marco de una metodología cuantitativa que permitirá obtener una primera visión, generalizada pero representativa, del fenómeno a estudiar.

Por razones vinculadas a recursos y tiempo disponible, los datos utilizados en el presente trabajo surgen de una reelaboración de la información relevada para un proyecto de investigación del que la que suscribe es miembro investigador. En el presente trabajo se capitalizan los datos obtenidos en un operativo de encuesta realizado para el proyecto de investigación “Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico Bonaerense” realizado por el Centro de Investigaciones Turísticas - Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - UNMDP y financiado por la UNMDP y el CONICET. La misma se inscribe en el eje ‘investigación de temas regionales’ y tiene como objetivo generar un conocimiento de la problemática regional de una actividad específica: el turismo, cuyas características le confieren identidad a la serie de centros del Litoral Atlántico Bonaerense.

El enfoque interdisciplinario de la investigación permite abordar la actividad turística, no sólo en relación a sus implicancias económicas para la región sino en su significación pluridimensional, que implica trascender la lógica del mercado, preocupación excluyente de estudios de este tipo, e inscribirlos en la lógica de la sociedad y su interacción con el medio ambiente.

Las dimensiones contempladas en el estudio son la *socio-espacial*, la *socio-cultural* y la *socio-económica*. Cada una de estas dimensiones tiene una forma particular de abordar e interpretar el fenómeno turístico.

El estudio comprende centros urbanos del litoral en jurisdicción del partido de la Costa, Pinamar, Villa Gesell, Mar Chiquita, Gral. Pueyrredón, Gral. Alvarado y Gral. Necochea.

La información a utilizar en el presente trabajo se circunscribe a dos de estos centros turísticos: *Mar del Plata* y *Villa Gesell*, a un grupo etáreo en particular, *jóvenes de 18 a 24 años* y a una dimensión en particular, *la sociocultural*.

⁴⁶ Beltrán, M.: *Cinco vías de acceso a la realidad social* en El análisis de la realidad social. Comp. García Ferrando,

Las fuentes de datos son primarias y surgen del relevamiento realizado en la temporada '98, que, desde la dimensión sociocultural, incorporó al análisis aspectos referidos a las preferencias y prácticas de tiempo libre y a la utilización de espacios recreativos.

Cabe aclarar que habría sido enriquecedor el profundizar la interpretación de los datos obtenidos a través de la implementación de una metodología cualitativa, con técnicas de recolección de la información tales como discusiones de grupos focales y entrevistas en profundidad, lo que por los motivos expuestos de tiempo y recursos disponibles, no pudo efectivizarse en esta primera fase de la investigación, quedando abierta la posibilidad de usar 'métodos múltiples'⁴⁷ en una segunda fase, en el marco de los proyectos de investigación del Centro de Investigaciones Turísticas atento a sus líneas prioritarias de investigación.

7. Variables y dimensiones contempladas - sistemas de categorías utilizados

Las observaciones sobre el tema que se quiere analizar, en principio, se presentan vagamente identificadas en conceptos genéricos. Por este motivo, al querer captar más afinadamente la realidad a observar, deben hacerse operativos los conceptos y mensurables las observaciones.

Como los conceptos muy amplios no son medibles por la complejidad y vaguedad que encierran, para hacerlos operativos deben descomponerse en diferentes *dimensiones* o aspectos que son conceptualizaciones más específicas derivadas analítica o empíricamente del propio concepto general. Estas deben ser cuantificables de forma que, por medio de indicadores o medidas, el problema de investigación se haga operativo.

Descompuesto el concepto de diversas dimensiones, se buscan *indicadores*. Estos son medidas concretas que permiten la cuantificación de las dimensiones del tema abordado, ellos son los que dan cuenta o señal del problema planteado, concretándolo.

Por último, se asignan *categorías* de respuesta a cada indicador, que son los posibles valores que pueden asumir las variables, resultando el siguiente esquema⁴⁸:

M., Ibáñez, J. Alvira, F. Ed. Alianza, 1993, p. 18.

⁴⁷ Esta forma es llamada de "*convergencia metodológica*" o "*triangulación*" y se basa en la concepción de que los métodos cualitativos y cuantitativos, deben ser vistos como complementarios. También se enfatiza el deseo de combinar estos métodos dados los puntos fuertes y débiles que tienen los diseños basados en un solo método.

La triangulación puede ser usada no sólo para examinar el mismo fenómeno desde múltiples perspectivas, sino también para enriquecer la comprensión del fenómeno estudiado, al permitir la emergencia de nuevas y más profundas dimensiones.

Los métodos cualitativos juegan un papel importante en esta combinación, ya que el investigador es llevado a sostener una provechosa cercanía a la situación, lo que le permite una mayor sensibilidad a las fuentes de datos.

⁴⁸ Sólo se detallan los sistemas de categorías de aquellas variables que resultan centrales en el análisis de las percepciones, preferencias y prácticas culturales de los jóvenes turistas. Para mayor información, ver formulario de encuesta en el anexo.

Perfiles socio-educativo, socio-ocupacional y socioeconómico de los jóvenes

(1) *Nivel de educación del encuestado y/o del principal sostén de hogar*

(2) *Situación ocupacional del encuestado*

(3) *Categoría ocupacional del principal sostén de hogar*

(4) *Lugar de procedencia*

Usos y valoraciones del tiempo

(5) *Composición del grupo turístico*

(6) *Motivos de elección del lugar*

(7) *Tipo de alojamiento utilizado*

(8) *Sociabilidad preferente*

(9-10) *Actividades. preferentes/realizadas*

- . estar con amigos
- . estar con gente de tu nivel cultural
- . estar con gente de tu lugar de procedencia
- . conocer gente de tu nivel social
- . conocer gente diferente
- . conocer gente residente en este centro turístico
- . compartir con grupo familiar de similar integración
- . compartir con gente de tu misma edad

- . pasear por el lugar
- . practicar deportes
- . asistir a espectáculos
- . ir a bailar
- . ir de compras
- . caminar por la costa
- . conocer gente
- . probar comidas
- . descubrir lugares
- . estar en familia
- . reunirse con amigos
- . descansar / estar tranquilo
- . jugar casino / bingo
- . ir a pescar
- . salir de excursión

Usos y valoraciones del espacio

(11) *Servicios de playa utilizados*

(12) *Lugares de esparcimiento / entretenimiento / diversión utilizados*

(13) *Imagen percibida acerca de aspectos turístico - recreativos*

(14) *Imagen percibida (positiva / negativa) acerca de aspectos urbanos*

- . en función etárea
- . en función socioeconómica
- . en función motivacional

(15) *Percepción acerca de condiciones, lugares y actividades carentes y necesarias en las localidades*

condiciones

- . clima
- . precios accesibles
- . calidad de servicios
- . servicios urbanos
- . servicios de playa
- . hospitalidad
- . limpieza / orden urbano
- . información turística
- . seguridad
- . otras condiciones específicas

actividades y lugares

- . más y mejores espectáculos
- . lugares y actividades para niños
- . lugares y actividades para jóvenes
- . lugares y actividades para adultos
- . actividades y espacios recreativos
- . actividades y espacios deportivos
- . actividades y espacios culturales y sociales
- . espacios verdes
- . otros lugares y actividades específicos
- . nada

8. *El instrumento de recolección de datos*

El instrumento utilizado para relevar los datos es la *encuesta*, “... *investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad que características objetivas y subjetivas de la población.*”⁴⁹

Así, en la encuesta pueden distinguirse preguntas sobre hechos y preguntas sobre aspectos subjetivos. Las preguntas sobre hechos se realizan para obtener información sobre datos comprobables referidos al encuestado. En cambio, las preguntas sobre aspectos subjetivos abarcan el espectro de las opiniones, actitudes, intenciones, valores, juicios, sentimientos, motivos, aspiraciones, expectativas, que aunque no son directamente comprobables, no por ello son menos reales y determinantes del comportamiento social.

Según plantea P. Bourdieu⁵⁰, existen pocos casos en los que la sociología se parezca tanto a un psicoanálisis social como aquel en que se enfrenta con un objeto como el gusto o la preferencia. Toda explicación en este sentido estaría condenada a ser parcial mientras se excluya la comprensión del ‘punto de vista’.

En tal sentido, nada se ha comprendido cuando se ha llegado a establecer una vinculación entre una variable independiente y otra dependiente mientras no se haya determinado lo que significa para la subjetividad de cada caso particular. La relación estadística sigue siendo un puro dato desprovisto de sentido si no se tienen en cuenta los ‘usos sociales’, las significaciones que se encuentran detrás de esta relación.

Por tal motivo, para interpretar de manera adecuada los datos en una tabla de contingencia que pone en relación la categoría ocupacional, la edad, o el sexo y las prácticas culturales juveniles, será preciso tener en cuenta el aspecto subjetivo del tema, es decir las significaciones que revisten estas prácticas para el conjunto de los agentes sociales y para las categorías de jóvenes que las distinguen y que se oponen a ellas. Esto significa tener en cuenta las propiedades socialmente pertinentes, es decir la ‘imagen social’ que generan esas prácticas. En otros términos será necesario tomar en cuenta las representaciones en función de los esquemas de apreciación y percepción que los jóvenes se hacen en relación a la práctica turística, como beneficios económicos y sociales (de promoción social), beneficios simbólicos inmediatos o diferidos, ligados al valor posicional de cada una de las prácticas consideradas.

⁴⁹ García Ferrando, M.: *La encuesta* en Análisis de la realidad social, op. cit. P. 141.

⁵⁰ Bourdieu, P.: *La distinción*, op.cit.

Por tal motivo, en la encuesta no sólo se indaga sobre propiedades objetivas ligadas a los jóvenes, tales como su situación ocupacional, nivel de educación, nivel socioeconómico, etc., sino también la significación subjetiva que posee para este grupo la práctica turística en tanto práctica cultural⁵¹.

Los dos rasgos más sobresalientes de la técnica y análisis de encuestas son su capacidad para estructurar los datos y su elevada eficiencia para obtener información. Las encuestas estructuradas tienen una gran capacidad para estructurar los datos, lo que facilita el posterior análisis estadístico.

Respecto de esta investigación, realización de la encuesta implica la adopción de aquellas pautas metodológicas que apelando al turista en la playa, permitieran disponer de información respecto del grupo turístico en las localidades estudiadas.

9. El universo y la muestra

El universo considerado está conformado por el conjunto de *jóvenes turistas*, usuarios de las playas de Mar del Plata y Villa Gesell.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el *turismo* se define por *las actividades que desarrollan 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*⁵².

Así, el turista objeto de este estudio es aquel que teniendo entre 18 y 24 años, se desplaza, con fines descanso y recreación, de su lugar de residencia habitual, se aloja en los centros turísticos mencionados y es usuario de sus playas durante el período de mayor afluencia de la temporada estival, es decir enero y febrero. Por lo tanto, se considera población sujeta a estudio a los jóvenes turistas en la playa, en espontánea disposición individual o grupal en los territorios adyacentes al los centros turísticos considerados.

Para la construcción de la muestra se estableció un sistema de muestreo representativo de los diferentes espacios públicos de playas utilizados por los turistas.

La consideración de diversas playas y balnearios en ambas ciudades turísticas garantiza la representatividad de la muestra, ya que en los dos casos existe una apropiación diferencial del espacio turístico según el nivel socioeconómico de los turistas en general y de los turistas jóvenes particular.

⁵¹ La práctica turística es entendida como práctica cultural en tanto su expresión es producto de la apropiación diferencial de bienes económicos, culturales y simbólicos, lo que hace posible la pertenencia de los sujetos a un sector social y su distinción respecto de otros sectores sociales.

⁵² Ver conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo. OMT. Manuales Técnicos de la OMT. Manual Técnico n.1, 1995.

En los dos casos, a fin de realizar el diseño de la muestra se establece una metodología destinada a disponer de un muestreo probabilístico y, considerando la relativa imprecisión respecto de la magnitud del universo de turistas de cada uno de estos centros, no obstante la inferencia realizable en función de la capacidad locacional simultánea del alojamiento en cada centro; fue de interés cubrir la diversidad de turistas en temporada, lo que supuso la adopción de una cuota de encuestas por día que permitiera cubrir todo el territorio de playa considerado.

La elección de la playa como lugar de relevamiento de la información resulta de las siguientes consideraciones:

- . se trata del espacio de uso más intenso, extenso y generalizado de los turistas alojados en estos centros turísticos.
- . la asignación de unidades de análisis de modo proporcional a la densidad de personas en las diversas zonas de las diferentes playas, garantiza la aleatoriedad de la muestra.
- . el mayor tiempo de presencia del turista en playa constituye un período de relax e inactividad, circunstancia propicia para la predisposición del encuestado.

Para la construcción de la muestra, el territorio de playa, adyacente al área urbana de las localidades consideradas, se analiza y se pondera a partir de la disposición espacial de turistas de acuerdo a la referencia de informantes claves⁵³ y a la observación de un video aéreo realizado a tal efecto que permite determinar la densidad de distribución de los turistas en la playa, considerando tres niveles: alta, media y baja. El video de visión aérea fue realizado en día sábado de buen tiempo en horario pico, considerando que la disposición de los turistas en la playa se realiza con similar pauta a la documentada en los diferentes días de la semana.

A partir de tal observación, se consignan las densidades ponderadas en sectores correspondientes a un número de fracciones de playa de similar extensión, de acuerdo a los planos correspondientes, se considera una asignación de encuestas proporcional a la magnitud de turistas atribuible a cada uno de los umbrales, se identifican los sectores de similar umbral de densidad y se sortea a aquellos que se constituyen en área de encuesta para cubrir el número asignado.

El lapso de temporada considerado es el período de actividad más extensa e intensa del verano: segunda quincena del mes de enero y primer quincena del mes de febrero, por lo cual se programa una muestra con unidades de análisis de similar magnitud para cada quincena y se asigna una cuota de encuestas-día a realizar, de acuerdo al total de encuestas asignado a cada localidad, en función del número de días programables.

9.1. la selección de casos para el relevamiento

A los efectos de identificar la persona a entrevistar, el encuestador establece el número de grupos espontáneos distribuidos en la superficie de la playa del sector asignado y alterna entre los grupos de acuerdo a las instrucciones dadas. En cada grupo interroga a una persona respecto del número de integrantes del grupo, identificados por inicial del nombre, sexo y edad, y con una planilla identifica a la persona a encuestar en función de números al azar que surgen de la relación entre el número de planilla y el número de integrantes del grupo. Luego se encuesta a la persona así identificada.

En este sentido, se construye, partir del método planteado, un instructivo para los entrevistadores con las siguientes características:

- El encuestador deberá visualizar la distribución de los grupos en la playa y diseñará un itinerario de grupos a encuestar, evitando aquellos que sean contiguos.
- La encuesta se realizará exclusivamente a **turistas**, por tanto la primer pregunta es respecto de tal condición, quedando excluidos los residentes.
- Se identificará como grupo de referencia al **grupo turístico** entendiéndose por tal al conformado por personas que se han trasladado y conviven en la localidad turística. Excluyendo aquellos grupos que espontáneamente se conforman en la playa.
- La ubicación del sector de playa puede estar indicado por calle, avenida transversal o balneario.
- En cada sector se realizarán veinte encuestas y si en el mismo hay balneario se procurará que al menos cinco de las encuestas correspondan a usuarios.
- En el caso inusual que el turista se aloje en otro centro turístico y sea visitante, indicarlo en observaciones.
- Debe indicarse la totalidad de los integrantes del grupo turístico incluidos los niños, de mayor a menor edad en el cuadro que abre la encuesta; sin embargo, las personas a encuestar deben ser necesariamente **mayores de 18 años**.
- La selección del encuestado se ejemplifica a continuación:

El grupo turístico esta integrado por Eliseo (68), Pedro (46), Ofelia (43), Ricardo (40), Jorgelina (18) y Gustavo (15). Los datos deben ser consignados en la grilla del siguiente modo:

SELECCIÓN ALEATORIA PARA DETERMINAR LA PERSONA A ENTREVISTAR	
Personas del grupo turístico (indicar de mayor a menor edad)	Ultima cifra de la numeración del formulario de la encuesta. Al intersectarse con la línea correspondiente a la última persona consignada en el listado se indica el número de la PERSONA A ENTREVISTAR

(5)INICIAL NOMBRE	(7)EDAD AÑOS	(6)SEXO 1.M 2.F	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1.....E.....	68	X	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.....P.....	46	X	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2
3.....O.....	43	X	1	1	3	3	2	3	3	3	2	1
4.....R.....	40	X	3	1	3	4	2	2	1	2	3	4
5.....J.....	18	X	3	4	1	5	2	4	3	1	2	5
6.....G.....	15	X	5	1	1	3	5	6	3	2	2	4
7.....			5	2	7	3	2	2	4	6	3	1
8.....			4	5	3	6	8	1	8	5	2	2
9.....			8	2	4	9	7	1	6	3	5	7
10.....			8	7	8	5	3	2	1	6	1	9

Para la selección de la persona a encuestar debe tomarse la línea correspondiente al integrante del grupo de menor edad, mayor de 18 años, o sea aquella que tiene 18 años o más, que en este caso sería Jorgelina, cuya fila (nro.5), al intersectarse con la columna 6, (última dígito de la numeración del formulario), nos indica la persona a entrevistar que en este caso sería la número 4, Ricardo. Si Ricardo no estuviere disponible en ese momento, puede encuestarse a una persona del grupo de idéntico sexo y similar estrato de edad (de 18 a 24 años, de 25 a 34 años, de 35 a 50 años y de 50 años o más), en este caso podría ser Pedro (idéntico sexo y similar edad).

⁵³ En general los informantes clave fueron representantes de las Secretarías de Turismo de las respectivas Municipalidades y prestadores de servicios turísticos.

De esta selección al azar, en Mar del Plata resulta que, de una muestra de 900 casos, 182 son jóvenes pertenecientes a distintos sectores socioeconómicos, 7.7% del medio alto, 34.6% del medio-medio, 48.9% del medio bajo y 8.2% del bajo. También surge de esta selección al azar que un 35% son varones y un 65% mujeres.

Para el caso de Villa Gesell, de una muestra de 550 casos, 184 pertenecientes a distintos sectores socioeconómicos 12% del nivel medio alto, 49.5% del nivel medio medio, 34.2% del nivel medio bajo y 4,3 del bajo. También surge de esta selección al azar que un 34% son varones y el 66% mujeres.

Como puede observarse, estas muestras, al ser probabilísticas y no estratificadas, son heterogéneas en relación a su distribución por género, edad y nivel socioeconómico. Sin embargo, teniendo en cuenta la metodología utilizada para el relevamiento, puede afirmarse que este es el tipo de afluencia turística hacia las localidades estudiadas, ya que su distribución surge de la selección aleatoria de personas dentro de los grupos turísticos encontrados en las playas.

Tal disparidad respecto de la proporción femenino/ masculino puede interpretarse en relación a dos factores.

El primero se vincula con la relación existente entre las distribuciones por género de la población total argentina, de la población de los centros emisores, de la población turística en los centros receptores en período vacacional, de la población turística de los centros receptores en período vacacional en playa y de la población turística de los centros receptores en período vacacional en playa y en grupos. De las sucesivas desagregaciones puede inferirse un desgranamiento de la presencia masculina y por lo tanto, un incremento en la proporción femenina.

El segundo, se relaciona con el hecho de que, más allá de matices vinculados a la condición étnica y socioeconómica de los turistas; la modalidad dominante de la afluencia a estos centros turísticos es la familiar. De acuerdo a nuestro contexto sociocultural, la distribución social de roles según el género, implica una retención familiar más acentuada en las mujeres sean éstas niñas, jóvenes o adultas. Además, cabe mencionar que la presencia en relax en la playa (condición para la detección de los grupos por parte de los entrevistadores) es más frecuente en las mujeres que en los hombres.

La composición de la muestra permite establecer diferenciaciones en función del nivel socioeconómico de los jóvenes, ya que al ubicarse la mayoría de ellos entre los sectores medios y medios bajos, las frecuencias obtenidas en estos niveles hacen posible la comparación. No ocurre lo mismo al observar la distribución por género, ya que la proporción de mujeres entrevistadas es mayor que la de los hombres. Sin embargo, no obstante esta distribución, dada la importancia de la diferenciación por género sobre algunas de las variables contempladas, en algunos casos se realiza esta comparación, asumiendo el carácter indiciario de los resultados obtenidos.

10. Los jóvenes turistas y su posición en el espacio social

El espacio social es una *representación abstracta*, producida por un trabajo específico de construcción, y proporciona, a la manera de mapa, una visión, un punto de vista sobre los puntos a partir de los cuales los jóvenes dirigen sus miradas hacia el mundo social. Estos jóvenes tienen sobre este espacio objetivo, unos puntos de vista que dependen de la posición que en el mismo ocupan, y en los que se expresa su voluntad de transformarlo o de conservarlo.

En tal sentido se indaga en primer lugar sobre aspectos referidos a la situación objetiva de los jóvenes, es decir su posición diferencial dentro de este espacio social, con independencia de sus percepciones o representaciones acerca del mismo. En este caso, tal posicionamiento se observa a partir del análisis de los perfiles socioeconómico, socioeducativo y sociocupacional de los jóvenes consultados y los del principal sostén de hogar (PSH) es decir aquel miembro del grupo familiar que aporta la mayor cantidad de ingresos destinados a la satisfacción de necesidades materiales.

10.1. el perfil socio-educativo y la situación ocupacional de los jóvenes

En el análisis de las prácticas de tiempo libre en el ámbito del turismo, como prácticas culturales, deben tenerse en cuenta dos hechos fundamentales: por un lado, la relación que une las prácticas culturales con el capital escolar (medido por los títulos obtenidos) y con el origen social (estimado por la profesión del padre); y, por otro, el hecho de que a capital escolar equivalente, existe un peso del origen social en el sistema explicativo de las prácticas y de las preferencias.

Este capital es el producto garantizado de los resultados acumulados de la transmisión cultural asegurada por la familia y de la transmisión cultural asegurada por la escuela (cuya eficacia depende del capital cultural directamente heredado de la familia). Por medio de las acciones de inculcación e imposición de valores que ejerce, la institución escolar contribuye también (en una proporción más o menos importante según el sector social de origen) a la constitución de disposiciones respecto de la cultura legítima, que tiende a aplicarse más allá de los límites de lo escolar tomando la forma de una propensión desinteresada a acumular experiencias y conocimientos que no pueden ser directamente rentables en el mercado escolar.

El efecto que ejerce la institución escolar es la imposición de titulaciones, caso particular del efecto de asignación de status positivo que todo grupo produce al asignar a los individuos a sectores sociales jerarquizados.

Así, las preferencias y prácticas de los jóvenes serán producto de aprendizajes no intencionados que hacen posible una disposición obtenida gracias a la adquisición familiar o escolar de la cultura legítima. Provista de un conjunto de percepciones y de apreciaciones de aplicación general, esta

disposición se transporta hacia todas experiencias culturales, como es el caso de las prácticas de tiempo libre en el ámbito del turismo, y permite percibir las, clasificarlas y memorizarlas de distinta manera.

Por tal motivo resulta importante, definir el perfil socioeducativo de los jóvenes en ambas ciudades, observándose el nivel de educación de los mismos.

Tabla 1: Perfil socio-educativo de los jóvenes

<i>Niveles de educación</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
sin estudios	0.0	0.0
primario incompleto	0.0	0.0
primario completo	1.6	0.0
secundario incompleto	9.9	6.5
secundario completo	41.8	15.8
terciario no univ. incompleto	14.3	25.5
universitario incompleto	24.4	41.8
terciario no univ. completo	4.9	9.8
universitario completo	1.6	0.0

Fuente: Elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico.*

En Mar del Plata (MdP) se constata que, los niveles de educación predominantes entre los jóvenes turistas, de acuerdo a la significación atribuida son, *secundario completo*, *universitario incompleto* y por último, diferida en el orden de prelación, *terciario no universitario incompleto*.

En Villa Gesell (VG), en cambio, se presenta una tendencia diferente. Al observar el nivel de educación de los jóvenes se advierte que, si bien las categorías predominantes son las mismas, el orden de importancia asignado cambia. En primer lugar y con alta significación figura *universitario incompleto*, luego *terciario no univ. incompleto* y, diferida en el orden de prelación, *secundario completo*.

Por otra parte, al indagar sobre la situación ocupacional de los jóvenes, en MdP, se constata que algo más del 50% de los jóvenes entrevistados posee condición de *estudiante*, mientras que algo menos del 50% de ellos, *trabaja como permanente*.

En VG las opciones mencionadas son las mismas, aunque la significación atribuida cambia, adquiriendo mayor relevancia la alternativa *estudiante* y menor relevancia la opción *trabaja como permanente*.

Tabla 2: Perfil socio-ocupacional de los jóvenes

<i>Situación ocupacional</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
trabaja como permanente	41.2	33.7
trabaja como temporario	0.0	5.4
desocupado (busca empleo)	1.1	0.0
busca primer empleo	0.5	0.0
no ocupado	0.5	1.1
rentista	0.0	0.0
ama de casa	0.0	0.5
estudiante	53.8	59.2

Fuente: Elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Las diferencias en cuanto al perfil socio-educativo y la situación ocupacional de los jóvenes en ambas ciudades, denotan un mayor nivel de educación en los jóvenes que vacacionan en VG, que se constata a partir de las diferencias advertidas con respecto a la situación ocupacional, (en VG es mayor la proporción de jóvenes que estudian, mientras que en MDP es mayor la proporción que trabaja) y, se vincula con las diferencias en la distribución socioeconómica de ambos grupos (mientras que en VG el sector predominante es el medio medio, en MdP lo es el medio bajo). Estas diferencias de nivel educacional, se traducen, como se verá posteriormente, en una serie de prácticas turísticas y de tiempo libre diferenciadas.

10.2. *el origen social de los jóvenes turistas y su capital cultural*

Para explorar esta dimensión se torna indispensable indagar sobre la familia de los jóvenes, ya que ésta y la escuela funcionan, de modo inseparable, como los lugares en que se constituyen las competencias juzgadas como necesarias; y mediante sus sanciones positivas o negativas, consolidan lo ‘aceptable’ y quitan valor a lo que no lo es.

La institución escolar, al tener el monopolio de la certificación, rige la conversión de capital cultural heredado en capital escolar; sin embargo no tiene el monopolio de la producción de capital cultural, sin bien otorga su sanción más o menos completamente al capital heredado, es en la familia donde se transmite con mayor fuerza el capital cultural.

La adquisición de la competencia cultural es inseparable de la adquisición de un sentido de aplicación productiva de las inversiones culturales, que al ser producto del acoplamiento a las posibilidades objetivas de hacer valer la competencia, favorece la adaptación anticipada a esas posibilidades. Este capital cultural heredado se contempla a través de la indagación sobre el nivel de educación y la categoría ocupacional del principal sostén de hogar de la familia de los jóvenes.

Tabla 3: Perfil socio-educativo y socio-ocupacional del PSH

<i>niveles de educación</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
sin estudios	0.0	0.0
primario incompleto	0.0	0.5
primario completo	16.5	1.1
secundario incompleto	4.4	3.3
secundario completo	51.1	32.1
terciario no univ. incompleto	1.1	7.6
universitario incompleto	2.7	9.2
terciario no univ.completo	7.1	24.5
universitario completo	14.8	21.2

<i>categoría ocupacional</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
<i>por cuenta propia</i>		
<i>autónomo</i>		
trabajador	8.8	2.2
comerciante	23.6	10.3
técnico	2.2	2.7
profesional	11.5	16.8
<i>empleador</i>		
1 a 5 empleados	4.4	12.0
6 a 20 empleados	0.5	5.4
21 o más empleados	0.5	0.5

<i>en relación de dependencia</i>		
<i>manual</i>		
obrero calificado	1.1	0.5
obrero no calificado	0.0	0.0
técnico	0.5	4.9
<i>administrativa</i>		
empleado	37.9	38.0
jefe	3.3	1.0
gerente	2.2	1.0
director	0.5	1.0
trab. fliar. s/rem.fija	0.0	2.7

Fuente: Elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico.*

En el caso de MdP, en la mitad de los casos el nivel de educación del PSH es *secundario completo* y luego, a considerable distancia figuran *primario completo* y *universitario completo*.

En el caso de VG, el perfil socioeducativo cambia, ya que si bien el nivel *secundario completo* se encuentra en primer lugar, posee menor significación, en tanto que, *terciario no univ. completo* y *universitario completo* adquieren mayor relevancia que en MdP.

De lo anterior puede inferirse que si bien hay cierta semejanza en los perfiles de los PSH en ambas localidades, se advierte que en VG el nivel educativo es superior. Con respecto a la categoría ocupacional del PSH, en MdP se observa que las ocupaciones, más representativas son *empleado*, *comerciante* y en menor medida *profesional*.

En VG, en cambio, a pesar de que la ocupación predominante es también *empleado*, cobran relevancia las categorías *profesional* y *empleado de 1 a 5 empleados*, perdiendo significación la opción *comerciante*.

Lo anterior denota mayor nivel educativo y mayor nivel de calificación en el trabajo, en los PSH de las familias de los jóvenes que vacacionan en VG.

Al concluir en esta parte y con respecto a la posición de estos jóvenes en el espacio social, puede decirse que, más allá de las diferencias advertidas entre los jóvenes turistas de MdP y VG, lo que se destaca es una situación de inclusión social, material, simbólica y también territorial. En este sentido, el enfoque empleado subraya la importancia de no aferrarse a conceptualizaciones economicistas, rescatando los conocimientos y saberes prácticos involucrados en la definición de situaciones de inclusión o exclusión social, en las cuales se manifiesta una trama de significaciones diferenciadas, segmentadas y heterogéneas y donde el encuentro con un ‘otro’ se manifiesta en la dificultad de comunicación.

10.3. el lugar de procedencia de los jóvenes

Para explicar las diferencias en las prácticas culturales entre los jóvenes de distintos sectores sociales debe tenerse en cuenta también su pertenencia un espacio geográfico socialmente jerarquizado. En este sentido las características del lugar de procedencia, es decir del lugar donde los jóvenes residen, estudian, trabajan, se divierten etc.; están condicionando preferencias y prácticas. “En efecto, las probabilidades que un grupo puede tener de apropiarse de una clase cualquiera de bienes singulares (y que miden las esperanzas matemáticas de acceso) dependen, de una parte, de sus capacidades de apropiación específica, definidas por el capital económico, cultural y social que puede utilizar para apropiarse material y/o simbólicamente de los bienes considerados, es decir de su posición en el espacio social, y de otra parte de la relación entre su distribución en el espacio geográfico y la distribución de los bienes singulares en ese espacio (relación que puede medirse en

*distancias medias a unos bienes o a unos equipos, o en tiempos de desplazamiento -lo que hace intervenir al acceso a unos medios de transporte, individuales o colectivos-”.*⁵⁴

En tal sentido los jóvenes turistas obtienen propiedades culturales diferenciales, también por su posición diferencial en el espacio geográfico (en este caso el lugar de residencia) y por medio de la calidad de los contactos sociales (las ‘frecuentaciones’) que favorece la proximidad espacial.

La distancia social real de los jóvenes a unos bienes debe integrar también la distancia geográfica, que depende de la distribución de este grupo en el espacio, y con mayor precisión de su distribución con respecto al centro de los valores económicos y culturales. En este sentido, la practica cultural y la interacción social son más fluidas cuando el tamaño de la aglomeración urbana va siendo más grande.

La distancia de un sector social a los bienes de la cultura legítima, no sería tan inmensa si, a la distancia cultural relativa a su escaso capital cultural no viniera a añadirse el alejamiento geográfico resultante de la dispersión en el espacio que caracteriza a este sector. Las diferencias observadas en las prácticas culturales en los distintos sectores sociales tiene mucho que ver con su distribución según el tamaño de los lugares de origen. Por este motivo se indaga sobre el lugar de procedencia de los jóvenes.

Tabla 4: Lugar de procedencia de los jóvenes

<i>Lugar</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
Ciudad de Buenos Aires	33.0	58.7
Gran Buenos Aires N	6.6	3.3
Gran Buenos Aires O	4.9	2.2
Gran Buenos Aires S	6.0	2.2
Resto de la prov. de Bs.As.	28.0	15.8
Prov. de Misiones	8.2	2.7
Prov. de Corrientes	2.2	1.1
Prov. de Entre Ríos	1.6	1.1
Provincia de Formosa	0.5	0.5
Prov. del Chaco	0.5	0.5
Prov. de Santa Fé	2.2	9.8
Prov. de Catamarca	1.6	1.6
Prov. de Tucumán	1.6	0.5

Fuente: Elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico.*

Se constata que en ambas localidades los sitios predominantes son, de acuerdo a la significación atribuida, *ciudad de Buenos Aires* y *resto de la Provincia de Buenos Aires*. No obstante, mientras en MdP cobra relevancia la segunda opción, en VG lo hace la primera. Por otra parte, en MdP hay una mayor presencia de jóvenes procedentes del *Gran Buenos Aires Norte, Oeste y Sur*.

⁵⁴ Bourdieu, P.: *La distinción*, Ed. Taurus, Madrid, 1999, p.120-121.

La información consignada es útil al análisis de las prácticas culturales de los jóvenes y la utilización de espacios recreativos en el ámbito del turismo, ya que se tiene en cuenta el hecho de que los turistas, en general, tienden a reproducir comportamientos propios de los lugares de residencia. Así, los jóvenes entrevistados, al provenir en su mayoría de Capital Federal y Gran Buenos Aires, trasladarán a las ciudades turísticas en cuestión, conductas y pautas de consumo materiales y culturales propias de sus lugares de pertenencia.

10.4. *el perfil socio-económico de los jóvenes*

Los estilos de vida ‘distintos y distintivos’ se definen objetiva y subjetivamente en y por sus relaciones mutuas. En tal sentido existe un *habitus de clase* de estos jóvenes, forma incorporada de la condición de clase, y una *clase objetiva*, conjunto de jóvenes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas, que producen condicionamientos homogéneos y sistemas de disposiciones homogéneas, apropiados para engendrar prácticas semejantes, y que poseen un conjunto de propiedades *objetivadas o incorporadas*.

La posición en las relaciones de producción material y simbólica, impone las prácticas, producto de los mecanismos que rigen el acceso a las distintas posiciones y que producen o seleccionan una clase determinada de *habitus*. Sin embargo, la posición social se define, no solamente por la posición en las relaciones de producción, tal como ella puede ser reconocida por indicadores como categoría ocupacional, nivel de ingresos o nivel de educación, sino también por un cierto *sex-ratio*, una disposición determinada en el espacio geográfico, que nunca es socialmente neutra, y por un conjunto de *características auxiliares*, que a título de exigencias tácitas, pueden funcionar como principios de inclusión o de exclusión reales, sin estar nunca formalmente enunciadas, como es, según este caso particular, la edad, es decir la condición juvenil.

A partir de esta consideración, la posición social de estos jóvenes se definirá por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confieren su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejercen sobre las prácticas.

Construir grupos juveniles homogéneos con respecto a los determinantes fundamentales de las condiciones materiales de existencia y de los condicionamientos que estas imponen es tomar en cuenta las redes de relaciones que se encuentran presentes en cada uno de los factores. La *causalidad estructural de una red de factores* significa que por medio de cada uno de ellos se ejerce la eficacia de todos los demás, hay una multiplicidad de determinaciones, todas ellas relacionadas y potenciadas.

Sin embargo, los factores constitutivos de estos grupos juveniles construidos, no dependen todos entre sí en el mismo grado. La estructura del sistema que constituyen, está determinada por aquellos factores que tienen el peso funcional más importante: así es como el volumen y la estructura del

capital confieren su forma y su valor específico a las determinaciones que los demás factores (edad, sexo, etc.) imponen a las prácticas. En este sentido, la verdad acerca de un sector social determinado se expresa en su distribución según el sexo o la edad.

Estos jóvenes no se desplazarán al azar en el espacio social, por un lado, porque las fuerzas que confieren estructura al mismo se imponen a ellos mediante mecanismos objetivos de orientación y eliminación; y por otro, porque ellos oponen a las fuerzas del campo, su propia inercia, sus propiedades, que pueden existir en estado incorporado, bajo la forma de disposiciones, o en estado objetivo, en los bienes, títulos, etc.

El *volumen global de capital* está constituido por el capital económico, el capital cultural y el capital social. Los diferentes sectores sociales se distribuyen así desde los que están mejor provistos simultáneamente de capital económico y capital cultural hasta los que están más desprovistos de estos dos aspectos. En este sentido existen grupos con estructuras patrimoniales diferentes, es decir distintas formas de distribución de su capital global en las distintas especies de capital.

Por eso, para indagar sobre el nivel socio-económico de los jóvenes se contemplan indicadores referidos al capital económico, tales como la tenencia de automóvil y la categoría (en el caso de que sea hotel) o la relación entre la cantidad de integrantes del grupo turístico y el número de ambientes del alojamiento utilizado (en los casos en que se trate de casa o departamento); indicadores referidos al capital cultural heredado, como son el nivel de educación y la ocupación del principal sostén de hogar y, por último, un indicador vinculado a la adquisición de capital económico, capital cultural y capital social al mismo tiempo, como es el lugar dónde los jóvenes han pasado sus últimas vacaciones.

Tabla 5: Posicionamiento social de los jóvenes

<i>Niveles socioeconómicos</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
medio alto	7.7	12
medio medio	34.6	46.5
medio bajo	48.9	34.2
bajo	8.2	4.3

Fuente: Elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico.*

Al respecto, se observa que mientras en MdP los niveles *medio bajo* y *medio medio* son los que tienen mayor presencia, en VG lo hacen los niveles *medio medio* y *medio bajo*, advirtiéndose una diferencia entre las ciudades estudiadas, ya que mientras en MdP predomina el nivel socioeconómico medio bajo, en VG lo hace el medio medio.

En conclusión y genérica consideración respecto de la sección, puede observarse la presencia de un elemento común en ambas localidades. En un contexto socio-económico generador de movilidad social descendente, de dificultades para insertarse y de fragmentación creciente de las identidades por efectos de la polarización de lugares sociales y mundos culturales; cobra relevancia el hecho que en

ambas localidades, se trate de jóvenes incluidos material y simbólicamente, pertenecientes a una *cultura integrada* con sus respectivas pertenencias simbólicas que producen y reproducen situaciones de clase. De su ubicación en el espacio social dependerán sus puntos de vista.

Asimismo, la distribución socio-económica de estos grupos de jóvenes tiene su origen en el hecho de que los niveles socioeconómicos extremos quedan excluidos de este tipo de práctica turística, por exclusión *voluntaria* del nivel más más alto y por exclusión *forzosa* de nivel más bajo.

11. Las motivaciones y preferencias de los jóvenes

La disposición estética de los jóvenes, que genera diferentes estilos de prácticas turísticas, es una expresión distintiva de una posición más o menos privilegiada dentro del espacio social, y su valor distintivo a partir de su relación con otras expresiones surgidas en relación a condiciones diferentes.

En tal sentido, los gustos, traducidos en este caso en las motivaciones y preferencias de los jóvenes, unen y separan; al ser producto de condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia, unen a todos los que son producto de condiciones semejantes, pero al mismo tiempo los distingue de todos los demás, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que lo clasifican.

Las motivaciones y preferencias de los jóvenes son operadores prácticos que transforman las cosas en signos distintos y distintivos de tal forma que, las diferencias se inscriben en un orden simbólico, transformando las prácticas socialmente enclasadadas, en prácticas enclasantes, es decir en expresión simbólica de una determinada posición social.

Las elecciones constitutivas de los estilos de vida enclasadados y enclasantes, obtienen su sentido de su posición en un sistema de oposiciones y relaciones y las preferencias, sistemas de disposiciones distintos y distintivos.

Cada gusto se siente fundado por naturaleza, ya que es *habitus* elemento generador de prácticas y factor primordial en la reproducción cultural y simbólica. “*El habitus se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir*”.⁵⁵

El habitus es principio generador de prácticas objetivamente enclasables y el sistema de enclasadamiento de esas prácticas. Es en relación con las dos capacidades que definen el habitus,

⁵⁵ Bourdieu, P.: *Esquise d'une théorie de la pratique, précédé de trois études d' ethnologie kabyle*, Droz, Ginebra, 1972, p.17.

capacidad para producir prácticas enclavables y capacidad de diferenciarlas y apreciarlas, donde se constituye el *mundo social representado*, es decir el espacio de los *estilos de vida*.

En tal sentido y partiendo del supuesto de que los jóvenes, al poner en funcionamiento criterios de selección y clasificación, definen sus prácticas culturales en el ámbito de la actividad turística, se indaga sobre sus percepciones, tomando en cuenta aspectos tales como ‘motivos de elección del lugar’, ‘actividades de tiempo libre preferentes’ y ‘sociabilidad preferente’.

11.1. los motivos de elección de los lugares

Los motivos de elección de los lugares para vacacionar son entendidos como aquellos factores que provocan impulso o atracción hacia estas ciudades turísticas.

La motivación debe entenderse como un ‘concepto híbrido’ es decir que su abordaje debe ser realizado desde un punto de vista fundamentalmente psicosocial, ya que en su interpretación se destaca la importancia de factores y procesos tanto psicológicos como sociales.

La motivación turística, es discrecional, ya que implica una proporción significativa de autocondicionamiento, y dinámica, porque es la consecuencia de cambios psicológicos individuales y de modificaciones en el impacto de las fuerzas culturales, por lo cual se encuentra necesariamente influenciada y enmarcada en procesos sociales. Asimismo está vinculada a la elección de un tiempo y un espacio, es esporádica y se haya orientada al futuro.

Existen dos tipos diferentes de motivaciones, la motivación intrínseca, donde el comportamiento es conducido por la propia satisfacción o ‘recompensa’, poniéndose la atención en el control personal; y la motivación extrínseca, donde el comportamiento se encuentra bajo un control externo y está vinculado a aspectos tales como la competencia, la comprensión de un orden de valores o la autonomía y poder de los actores sociales para comportarse en función del reconocimiento de otros.

Toda acción social está motivada extrínsecamente en el sentido en que el sujeto relata y explica sus elecciones con referencia a otros.

El estudio de las motivaciones es útil para comprender e integrar otros conceptos vinculados al análisis de la práctica turística como práctica cultural, tales como elecciones, preferencias, requerimientos, actitudes, valores, creencias y necesidades.

Las orientaciones de los jóvenes turistas deben ser explicadas en un tiempo, en un contexto social y como producto de múltiples causas y significaciones, es decir que aunque puede haber motivos predominantes, siempre hay más de una motivación en juego y el hecho de ver sólo una de las dimensiones sería limitante para el análisis.

También, la satisfacción de la motivación podrá ser encontrada en lo desconocido o en la repetición de una práctica específica.

El sistema de categorías aplicado en este caso incluye opciones de diverso tipo que, a los fines del análisis, se agrupan y clasifican en función de los aspectos centrales y diferenciales que generan la motivación. Esta tipología se construye sobre la base de categorías que no son excluyentes unas de otras, es decir que cada alternativa puede estar vinculada a más de un aspecto, pero habrá uno de ellos que tendrá centralidad respecto de los demás. En este sentido, las motivaciones intrínsecas y/o extrínsecas pueden estar dirigidas fundamentalmente a:

<i>condiciones propias del lugar</i>	<i>generación/sostén de vínculos sociales</i>	<i>posibilidad de acceso</i>	<i>inquietudes personales</i> ⁵⁶	<i>reproducción de una práctica específica</i>
<ul style="list-style-type: none"> . el mar y la playa . la forestación . el clima . la urbanización . la seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> . la familia . los amigos . la gente . ideas de otros 	<ul style="list-style-type: none"> . la vivienda . la proximidad . la accesibilidad económica 	<ul style="list-style-type: none"> . el descanso/la tranquilidad . para conocer 	<ul style="list-style-type: none"> . por costumbre

Al respecto, en MdP se advierte que los principales motivos que influyen sobre la elección de esta ciudad por parte de los jóvenes para vacacionar son, de acuerdo a la significación atribuida, *la vivienda, el mar y la playa y por costumbre*. En tanto que en VG, se comprueba que las motivaciones se encuentran principalmente orientadas, según la prelación asignada a *el mar y la playa, la gente y los amigos*.

Tabla 6: *Motivos de elección del lugar según total*

Motivos	MdP	VG
el mar / la playa	20.9	35.8
el clima	0.5	0.5
la familia	6.6	9.2
los amigos	3.2	25.6
la gente	2.7	28.3
la vivienda	23.6	0.5
la proximidad	2.7	0.5
la diversión	8.2	4.4
el descanso / la tranquilidad	0.5	4.4
la accesibilidad económica	7.7	0.5
ideas de otros	0.5	0.0
la urbanización	7.1	0.5
la forestación	0.0	0.0
la seguridad	0.0	0.0
por costumbre	17.5	10.9
para conocer	7.1	4.9
otros	15.3	17.9

Fuente: Elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

⁵⁶ En el sentido de que no implican 'necesariamente' el establecimiento de vínculos con otros.

Así, se constatan diferencias en las localidades estudiadas. En MdP se privilegian, la accesibilidad al lugar, es decir la economía y la comodidad que supone el hecho de poseer *vivienda*; las condiciones naturales diferenciales respecto del entorno cotidiano, dadas por *el mar y la playa*, y la reproducción de una práctica cultural específica como es hacer turismo en un espacio geográfico específico como es Mar del Plata dada por la *costumbre*, que, si se tiene en cuenta el significado que a tenido para el imaginario colectivo de los sectores medios en nuestro país, puede ser entendida como una práctica enclase y enclasada, es decir, forma simbólica de distinción y reafirmación de pertenencia a un sector social.

La importancia atribuida a la vivienda como motivo de elección del lugar de destino, se vincula con una asenuación del rasgo de *domesticidad*⁵⁷ en la práctica turística, cobrando mayor relevancia que en Villa Gesell. Este fenómeno se da cuando cuando el equipamiento de alojamiento estable se integra casi en su totalidad por unidades de vivienda, con predominio de departamentos y casas, situación que perdura inalterable a través del tiempo.

La magnitud de plazas disponibles y la conformación familiar dominante de los grupos turísticos, constituyen condiciones determinantes de una modalidad turística que supone cierta flexibilidad en el alojamiento, lo que induce, especialmente a los turistas jóvenes, a desarrollar estrategias de subsistencia.

En VG, en cambio, cobran significación motivaciones vinculadas, por un lado, con la valorización de condiciones naturales diferenciales respecto del entorno cotidiano, como son *el mar y la playa*, y por otro, con la importancia atribuida a lo ‘social-relacional’ que se manifiesta en la elección de las alternativas *la gente, los amigos* y parece predisponer en mayor medida a estos jóvenes al establecimiento de diferentes formas de sociabilidad, es decir a la generación o mantenimiento de vínculos sociales.

Tabla 7: Motivos de elección del lugar según nivel socioeconómico

<i>Motivos</i>	<i>MdP</i>				<i>VG</i>			
	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>
el mar / la playa	7.1	23.8	21.3	20.0	31.8	38.5	34.9	25.0
el clima	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
la familia	0.0	6.3	6.7	13.3	4.5	11.0	6.3	25.0
los amigos	0.0	6.4	2.2	0.0	9.1	27.5	27.0	37.5
la gente	0.0	8.0	0.0	0.0	31.8	30.8	25.4	12.5
la vivienda	35.7	27.0	18.0	26.7	0.0	0.0	1.6	0.0
la proximidad	7.1	1.6	2.2	6.7	0.0	0.0	1.6	0.0
la diversión	7.1	11.1	7.8	0.0	4.5	5.5	1.6	12.5

⁵⁷ *Domesticidad*: calidad o condición de doméstico, relativo a la casa u hogar. Hogar: familia, grupo de personas emparentadas que viven juntas. Ver Mantero, J.C. “Miramar: dimensiones críticas y estrategias de desarrollo” en Revista Aportes y Transferencias, Centro de Investigaciones Turísticas. Año 1, vol., 1997.

el descanso / la tranquilidad	0.0	0.0	1.1	0.0	4.5	2.2	7.9	0.0
la accesibilidad económica	14.3	6.4	6.7	13.3	0.0	1.1	0.0	0.0
ideas de otros	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
la urbanización	7.1	8.0	7.9	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
la forestación	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0	0.0	0.0
la seguridad	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0	0.0	0.0
por costumbre	7.1	20.6	16.8	20.0	9.1	15.4	14.3	12.5
para conocer	7.1	3.2	10.1	6.7	27.3	1.1	3.2	0.0
otros	28.6	12.6	16.9	6.7	13.6	18.7	17.4	25.0

ma: nivel medio alto, *mm*: nivel medio medio, *mb*: nivel medio bajo, *b*: nivel bajo

Fuente: Elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Al analizar las motivaciones en relación a los niveles socioeconómicos de los jóvenes, en MdP se observa una mayor incidencia de la motivación vinculada a la tenencia de vivienda, en los jóvenes de los sectores medio alto y medio, en tanto que en los sectores, medio bajo y bajo hay una mayor proporción de jóvenes que afirman estar motivados por la costumbre.

En VG, en cambio, se constata que, al descender el nivel socioeconómico de los jóvenes, aumenta la significación atribuida al motivo de elección *los amigos* y se reduce la presencia del motivo *la gente*, lo que permite inferir en los sectores más bajos un tipo de sociabilidad que prioriza el relacionarse y compartir con pares conocidos y no conocer nuevos pares.

Asimismo, se comprueba que la alternativa *por costumbre*, tiene mayor incidencia en los sectores medio, medio bajo y bajo, en tanto que la opción *para conocer* adquiere relevancia en el sector medio alto. Lo primero puede comprenderse si se tiene en cuenta que VG siempre ha sido un lugar de veraneo de estos sectores, e intepretarse como una forma simbólica de distinción y reafirmación de pertenencia a un sector social. Lo segundo, se vincula con el entorno socioeconómico del país, caracterizado por una movilidad social descendente. Éste influye sobre la práctica turística y hace que un sector social como el medio alto, que nunca veraneó en este centro turístico, lo escoja ahora como destino.

11.2. las actividades preferentes

Al indagar sobre las actividades de tiempo libre preferentes en el ámbito del turismo, se excluye la de 'ir a la playa' ya que se supone es la actividad convocante en primera instancia de los turistas que arriivan durante la temporada estival a las localidades del Litoral Atlántico. En general, esta suposición se sustenta en el hecho de que los lugares estudiados, Mar del Plata y Villa Gesell, poseen un entorno natural diferencial respecto de los lugares de procedencia de los jóvenes, dadas fundamentalmente por el hecho de tener mar y playa.

Para el análisis de este tipo de preferencias en el ámbito de la práctica turística de los jóvenes, se aplica un sistema de categorías donde en cada actividad contemplada, la motivación manifestada en la preferencia, es fundamental, aunque no exclusivamente, de un tipo clasificable.

Esta tipología de actividades preferentes se construye sobre la base de categorías que no son excluyentes unas de otras, es decir que cada opción puede estar vinculada a motivaciones de más de un tipo, pero habrá un tipo que se destaque sobre los demás y el hecho de diferenciarlo, es útil a los fines analíticos.

Los jóvenes seleccionaron las siguientes opciones que fueron agrupadas a posteriori en función de la siguiente clasificación:

Preferencia de actividades de tiempo libre donde la motivación predominante se encuentra orientada hacia:

<i>apropiación de espacios</i>	<i>disfrute implicado en la realización de una actividad en sí</i>	<i>generación o sostén de vínculos</i>	<i>necesidad individual⁵⁸ de repliegue</i>	<i>consumo de bienes materiales</i>
<ul style="list-style-type: none"> . pasear por el lugar . caminar por la costa . descubrir lugares . ir de excursión 	<ul style="list-style-type: none"> . practicar deporte . asistir a espectáculos . jugar casino/bingo . ir a pescar . degustar comidas 	<ul style="list-style-type: none"> . reunirse con amigos . ir a bailar . conocer gente . estar en familia 	<ul style="list-style-type: none"> . descansar/estar tranquilo 	<ul style="list-style-type: none"> . ir de compras

Los datos obtenidos muestran la siguiente distribución:

Tabla 8: Actividades preferentes según total

Actividades	MdP	VG
pasear por el lugar	37.9	59.2
practicar deporte	11.5	9.2
asistir a espectáculos	14.8	6.6
ir a bailar	41.7	76.0
ir de compras	20.3	15.2
caminar por la costa	34.6	30.4
conocer gente	17.0	9.2
degustar comidas	8.2	6.0
descubrir lugares	15.3	9.8
estar en familia	15.9	14.1
reunirse con amigos	22.0	48.4
descansar / estar tranquilo	31.9	9.7
jugar casino / bingo	10.3	1.1
ir a pescar	3.3	1.6
ir de excursión	4.3	2.1
otras	1.6	1.1

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico.*

⁵⁸ En el sentido de que no implican “necesariamente” el establecimiento de vínculos con otros.

En MdP las preferencias con mayor presencia, de acuerdo a la significación atribuida por los jóvenes son: *ir a bailar, pasear por el lugar, caminar por la costa, descansar/estar tranquilo, reunirse con amigos e ir de compras.*

En VG, las preferencias de los jóvenes entrevistados se refieren, de acuerdo a la importancia asignada, a *ir a bailar, pasear por el lugar, reunirse con amigos, caminar por la costa e ir de compras.*

Cabe consignar que, si bien en ambas ciudades la actividad preferida en primer lugar es ir a bailar, en VG cobra mayor significación. Asimismo, no obstante la alternativa de pasear por el lugar se ubica en segundo lugar en ambos casos, cobra mayor importancia en VG. Por otra parte, se destaca que en VG, la preferencia por *reunirse con amigos* es marcadamente mayor que en MdP en tanto que, la preferencia por *descansar / estar tranquilo* es mucho menor.

Aunque en VG la preferencia por ir a bailar es mayor que en MdP, el hecho de que sea actividad elegida en primer término en ambos lugares, permite inferir una valorización especial de la noche. Esta, aún en el ámbito turístico, aparece como un tiempo distanciado del tiempo reglamentado del día. Sin embargo, las diferencias planteadas reflejan distintos tipos de preferencias en los jóvenes que concurren a estas ciudades turísticas. Por un lado puede observarse que en VG existe una mayor predisposición a la realización de actividades que implican el establecimiento o mantenimiento de vínculos sociales y donde el acento está puesto en el desarrollo de una sociabilidad con los pares; como lo son ir a bailar o reunirse con amigos; y por otro, puede advertirse que en MdP, si bien es relevante la predisposición a la realización de actividades que impliquen sociabilidad; existe una tendencia más definida hacia el repliegue, es decir preferencias que no suponen necesariamente el establecimiento o sostén de vínculos, como es la de descansar/estar tranquilo. Asimismo, la mayor predisposición al descanso, puede vincularse nuevamente con el marcado rasgo de domesticidad que posee la práctica turística en esta ciudad, que remite a la modalidad de hacer turismo de familia en vivienda, reproduciendo usos y consumos de la vida cotidiana del lugar de procedencia y sustituyendo tiempo de trabajo por tiempo de ocio, situación que tiende a diluir la dinámica de sociabilidad.

La predisposición para la realización de prácticas que ponen un énfasis en la satisfacción o el goce que supone la realización de la actividad en sí misma, tales como asistir a espectáculos, practicar deporte o jugar casino/bingo. Esto denota también una mayor diversidad en las preferencias y se vincula con la mayor amplitud en la oferta de alternativas existente en esta ciudad.

Cabe mencionar que en ambas ciudades cobra significación la preferencia por ir de compras, actividad obviamente ligada al consumo de bienes materiales. Esta preferencia puede vincularse con la existencia de un contexto donde el mercado aparece como eje del impulso cultural, valorizando al *ciudadano consumidor*, interesado en tener una cierta calidad de vida. El consumo aparecerá como un

valor, aunque muchos de estos jóvenes no podrán llevarlo a cabo, hecho que se constata al analizar las actividades efectivamente realizadas.

Al indagar sobre las tendencias diferenciales de acuerdo a los niveles socioeconómicos de los jóvenes, se constatan los siguientes resultados.

Tabla 9: Actividades preferentes según nivel socioeconómico

Actividades	Mdp				VG			
	ma	mm	mb	b	ma	mm	mb	b
pasear por el lugar	28.6	46.0	32.6	46.7	50.0	49.5	77.7	50.0
practicar deporte	14.2	12.7	7.9	26.6	13.6	12.1	0.0	37.5
asistir a espectáculos	7.1	19.0	14.5	6.7	9.0	4.4	8.0	12.5
ir a bailar	57.1	39.7	41.6	33.3	77.3	85.7	62.0	75.0
ir de compras	28.6	20.7	21.4	6.7	22.7	15.4	12.7	12.5
caminar por la costa	28.6	25.3	41.6	40.1	13.6	27.5	38.0	50.0
conocer gente	14.3	19.0	15.7	13.4	0.0	13.2	8.0	0.0
degustar comidas	0.0	12.7	6.7	6.7	4.5	6.6	6.4	0.0
descubrir lugares	0.0	17.5	16.8	13.3	9.0	7.7	14.2	0.0
estar en familia	14.2	15.8	15.7	20.0	27.2	14.3	9.6	12.5
reunirse con amigos	42.9	20.6	21.3	13.4	59.1	52.8	39.7	37.5
descansar / estar tranquilo	35.7	26.9	34.9	33.4	4.5	5.5	19.1	0.0
jugar casino / bingo	21.3	4.8	12.3	6.7	0.0	1.1	1.6	0.0
ir a pescar	7.1	4.8	1.1	6.7	9.1	0.0	1.6	0.0
ir de excursión	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	1.6	12.5
otras	0.0	1.6	4.5	6.7	0.0	2.2	0.0	0.0

ma: nivel medio alto, mm: nivel medio medio, mb: nivel medio bajo, b: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En Mdp, se observa que al descender el nivel socioeconómico de los jóvenes, se reduce la preferencia por ir a bailar y por reunirse con amigos, actividades ligadas a la sociabilidad. Asimismo, se advierte que en los sectores medio bajo y bajo hay una mayor preferencia por caminar por la costa y en el sector bajo una mayor preferencia por practicar deporte.

En VG, se constata que al descender el nivel socioeconómico de los jóvenes, se reduce la preferencia por reunirse con amigos y se incrementa la preferencia por caminar por la costa. Asimismo, se observa en los sectores medio alto y medio medio, una mayor significación de la opción ir a bailar y en el sector bajo una mayor inclinación hacia la práctica deportiva.

Del análisis de estas preferencias se destaca el hecho de que en ambas localidades, los sectores más bajos manifiestan una menor predisposición para la realización de actividades que impliquen sociabilidad. Esto debe ser interpretado en el contexto de la práctica turística, teniendo en cuenta, por un lado, el carácter estandarizado y mercantilizado del modelo, lo que lo convierte en una industria del entretenimiento, donde se define una atmósfera en la que prácticamente toda la oferta de actividades y espacios de interacción social, se presenta como mercancía que se compra y se vende,

instrumentándose una lógica de consumo de la que muchos jóvenes quedan excluidos. Por otro lado, debe considerarse la particular composición de los grupos turísticos en este sector social, ya que, cuando el nivel socioeconómico desciende, se reduce la cantidad de personas (familia o amigos) que se trasladan para vacacionar juntas.

También se destaca en los sectores medio bajo y bajo, la valorización de la costa como espacio de significación social diferencial. La preferencia por su apropiación se vincula al hecho de que, cada vez más, este modelo turístico, presenta una dualidad dada por la existencia un espacio privado mercantilizado y un espacio público saturado del que hacen uso estos sectores.

11.3. la sociabilidad preferente

Se entiende por formas sociabilidad preferente, a los tipos específicos de vínculos o relaciones sociales que los jóvenes prefieren sostener y/o establecer en el ámbito de la práctica turística. Estos tipos específicos se definen a partir de la clasificación de diversas formas de 'afinidad' y sugieren cuáles son las valorizaciones e intereses de los jóvenes al respecto.

En el proceso de socialización entran en juego tres factores: el entorno social, la participación dentro de grupos de pertenencia-referencia y las características individuales, por lo que la relevancia de este tipo de análisis se justifica si se tiene en cuenta que la 'sociabilidad' es un aspecto importante del proceso socialización de los jóvenes.

El estudio de la socialización, debe contemplar, no sólo los aspectos institucionales (familia, iglesia, escuela, clubs, etc.) y massmediáticos (revistas para jóvenes, T.V, videos, programas de radio, internet, etc.), sino también otro determinante importante: el tipo, la intensidad y la frecuencia, así como también la 'afectividad' manifestada en la preferencia, de las interacciones sociales que se establecen.

Las perspectivas que plantean como eje del análisis los aspectos institucionales y massmediáticos, a partir del supuesto de que, en muchos casos, éstos son creados para los jóvenes pero no controlados por ellos; suponen cierta 'pasividad'. En cambio el segundo tipo de interpretación, al rescatar el aspecto psicosocial del fenómeno, permite ver a los jóvenes como participantes 'activos' en el proceso.

Con el objeto de analizar los tipos de sociabilidad preferente de los jóvenes se construye un sistema de categorías que contempla distintos tipos de 'beneficios' asociados a la relación social que interesa mantener o generar.

A los fines del análisis, el sistema de categorías es clasificado y agrupado en función de distintos aspectos a partir del atributo que posee mayor significación a la hora de elegir con quién establecer los vínculos.

Así se distingue la sociabilidad preferente de acuerdo a distintos atributos:

<i>condición de amistad</i>	<i>condición étnica semejante</i>	<i>condición familiar semejante</i>	<i>posesión relativa de algún tipo de 'capital'</i> ⁵⁹	<i>lugar de residencia</i> ⁶⁰
· estar con amigos	· compartir con gente de tu edad	· compartir con grupo familiar de similar integración	· compartir con gente de tu nivel económico · estar con gente su tu mismo nivel cultural · conocer gente de tu nivel social · conocer gente de diferentes niveles sociales	· estar con gente de tu lugar de procedencia · conocer gente residente en este lugar

También en este caso, la taxonomía construida, como así también las categorías que la integran, no pretenden ser excluyentes unas de otras, pero sí ser útiles a la hora de observar, dentro de una serie de atributos posibles, cuáles son los más significativos para los jóvenes y definen sus formas de sociabilidad. Asimismo, se contempla más de un tipo de sociabilidad preferente, pudiendo los entrevistados marcar hasta dos opciones.

Tabla 10: Sociabilidad prefrente según total

<i>Sociabilidad</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
estar con amigos	74.7	88.0
estar con gente de su mismo nivel cultural	0.5	0.0
estar con gente de su lugar de procedencia	0.5	0.5
conocer gente de su nivel social	3.8	0.0
conocer gente de diferentes niveles sociales	12.6	0.0
conocer gente residente en este centro turístico	4.4	1.6
compartir con grupo familiar de similar integración	21.5	23.4
compartir con gente de su edad	15.9	43.4
compartir con gente de similar nivel económico	0.5	0.0
otros	8.2	1.6

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Al respecto, en MdP puede constatarse que la categoría *estar con amigos* adquiere la mayor significación y luego, a considerable distancia y por orden de importancia, se menciona *compartir con*

⁵⁹ El concepto de *capital* es utilizado en el sentido que P. Bourdieu le da al término, diferenciando, a partir del principio de *volumen global de capital*, el capital económico, el capital cultural, el capital simbólico y el capital social.

⁶⁰ El lugar de residencia es tomado aquí como un atributo 'valorizante' o 'desvalorizante', ya que las propiedades distintivas, los 'estilos de vida' de los grupos sociales, dependen de su posición en el espacio social pero también de su distribución diferencial en un *espacio geográfico* socialmente jerarquizado en función de su distribución -distancia o cercanía- con respecto al 'centro de los valores' económicos y culturales. (ver Bourdieu, *La Distinción*, cap. 2 El espacio social y sus transformaciones).

grupo familiar de similar integración, compartir con gente de tu edad y conocer gente de diferentes niveles sociales.

En VG, *estar con amigos* también es la opción con más relevancia y luego, según la importancia atribuida, figuran *compartir con gente de tu edad* y *compartir con grupo familiar de similar integración*.

Al observar las preferencias de los jóvenes en ambas localidades se advierten diferencias en las preferencias referidas a la sociabilidad. No obstante en los dos casos la condición de amistad es el atributo más valorizado a la hora de vincularse, en VG tiene aún más importancia. Asimismo, la significación dada en este lugar a la condición etárea semejante es mucho mayor que en MdP. Por otra parte, en este último lugar cobra importancia la motivación por conocer gente de diferentes niveles sociales, siendo ésta nula en VG.

El hecho de que en MdP haya mayor interés por vincularse con gente de diferentes niveles sociales, y de que en VG el mismo sea nulo, indica una diferencia en la consideración y valorización del atributo vinculado con la posesión de un capital simbólico, es decir un capital económico y cultural legítimos, reconocidos socialmente al momento de relacionarse. El hecho de vincularse con personas que poseen este capital simbólico, permite la reafirmación dentro de un grupo y/o la adquisición de un capital social.

El concepto de capital social, se vincula con la idea de promoción social a través de las relaciones que pueden proporcionar ‘apoyos’ útiles. Es un capital vinculado a la honorabilidad, respetabilidad y posicionamiento que es indispensable para asegurarse un ‘buen lugar’ social. La mayor valoración del mismo en MdP, se explica por la diferencia socioeconómica de los jóvenes que se trasladan a MdP y VG en calidad de turistas. Mientras que en el primer caso el sector más representativo es el medio bajo, en el segundo lo es el medio. También se observa que en MdP adquiere mayor relevancia el sector bajo, en tanto que en VG lo hace el alto.

Tabla 11: Sociabilidad preferente según nivel socioeconómico

Sociabilidad	ma	mm	mb	b	ma	mm	mb	b
estar con amigos	78.6	66.7	79.8	66.7	86.4	91.2	82.5	100.0
estar con gente de su mismo nivel cultural	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
estar con gente de su lugar de procedencia	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
conocer gente de su nivel social	7.1	4.8	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
conocer gente de diferentes niveles sociales	0.0	7.9	9.0	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0
conocer gente residente en este centro turístico	14.3	3.2	4.5	0.0	0.0	1.1	1.6	12.5
compartir con grupo familiar de similar integración	14.2	22.2	21.3	20.0	36.3	25.3	19.0	0.0
compartir con gente de su edad	28.6	19.1	11.2	20.0	45.5	44.0	39.7	62.5
compartir con gente de similar nivel económico	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
otros	0.0	8.0	7.9	20.0	0.0	2.2	1.6	0.0

ma: nivel medio alto, *mm*: nivel medio medio, *mb*: nivel medio bajo, *b*: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Al indagar sobre las tendencias diferenciales según los niveles socioeconómicos de los jóvenes, en MdP se confirma lo dicho más arriba al constatar que cuando desciende el nivel socioeconómico de los jóvenes, se incrementa la preferencia por conocer gente de diferentes niveles sociales y disminuye la preferencia por conocer gente del mismo nivel social.

12. La práctica turística de los jóvenes: instancia de tiempo libre y práctica cultural

La actividad turística, se desarrolla en un tiempo libre de compromisos habituales y en un lugar elegido, diferente del ámbito cotidiano. La misma se encuentra definida por los 'hábitos de viaje' que están condicionados por los distintos perfiles sociodemográficos de los turistas y las condiciones y características del lugar de destino.

El tiempo libre que enmarca a la práctica turística, está constituido por aquellos lapsos del tiempo social en que los jóvenes autocondicionan con mayor o menor nitidez, de acuerdo a su circunstancia, su conducta personal y social.

El hecho de que el condicionamiento sea común a todas las conductas humanas, no significa que se de por igual en cada una de ellas. El peso específico de cada forma de condicionamiento no es homogéneo, resultando el tiempo libre al máximo autocondicionado y al mínimo heterocondicionado. Así, la posibilidad que tendrán los jóvenes de utilizar este tiempo de 'mayor libertad', se vincula con su capacidad de neutralizar las urgencias ordinarias y de poner entre paréntesis los fines prácticos, inclinación y aptitud para una práctica sin función práctica. Esta disposición para la práctica turística como práctica que tiene su propio fin, no se constituye si no es en una experiencia del mundo liberada de la urgencia, suponiendo una distancia respecto al mundo, en donde existen innumerables actos 'desinteresados' y 'gratuitos' que le confieren su distintiva singularidad como desplazamiento que tiene el fin de apropiación simbólica de 'otros mundos'.

El poder económico es un poder de poner la necesidad económica a distancia, por eso se afirma a sí mismo mediante el gasto más o menos ostentoso según el caso.

Las prácticas que se manifiestan, son la afirmación de diferencias inevitables, dadas en este caso por una condición etárea: la juventud y por distintas situaciones sociales, aunque todas ellas de inclusión material y simbólica.

La relación entre las características pertinentes a la condición económica y social y las características distintivas asociadas con la posición correspondiente en el espacio de los estilos de vida, llega a ser inteligible gracias a la construcción de un habitus como "*formula generadora que permite justificar*

simultáneamente las prácticas y los productos enclasables, y los juicios, a su vez enclasados, que constituyen a estas prácticas y a estas obras en un sistema de signos distintivos”.⁶¹

El habitus, como disposición general y transportable realiza una aplicación sistemática y universal y es lo que hace que el conjunto de las prácticas de un agente, o del conjunto de los agentes que son producto de condiciones semejantes, sean a la vez sistemáticas, porque son producto de la aplicación de idénticos esquemas y sistemáticamente distintas de las prácticas constitutivas de otro estilo de vida. Estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas, el habitus es también estructura estructurada, es decir que el principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social es a su vez producto de la división de clases sociales. Cada condición está definida de modo inseparable por sus propiedades intrínsecas y por las propiedades relacionales que debe a su posición en el sistema de condiciones, que es también un *sistema de diferencias*, es decir lo que la distingue de lo que no es y de todo aquello a lo que se opone ya que la identidad social se define y se afirma en la diferencia.

Así, los estilos de vida de estos jóvenes, son producto de los habitus que, percibidos en sus mutuas relaciones, se transforman en sistemas de signos socialmente calificados como ‘distinguidos’, ‘vulgares’, etc. Es decir que la práctica turística de estos jóvenes, está objetivamente armonizada con el resto de sus prácticas culturales y fuera de una búsqueda intencional de coherencia, produciéndose una afinidad de estilo manifestada en los gustos y preferencias: sistemas de enclasamiento que tienen un acceso parcial a la conciencia.

Las posturas estéticas que suponen las diferentes formas que asume la práctica turística, constituyen ocasiones de probar o de afirmar la posición ocupada en el espacio social, como categoría que hay que tener o distancia que hay que mantener y en donde todos los sectores sociales no están igualmente posicionados para entrar en el juego de ‘rechazos que rechazan otros rechazos’.

Así, la práctica turística, en tanto práctica cultural, funciona como un signo distintivo, enclasado y enclasante de un estilo de vida definido por sus propiedades intrínsecas y por sus propiedades relacionales dentro de un sistema de diferencias.

A partir de tales consideraciones, para caracterizar la práctica turística en relación a su aspecto objetivo, es decir para observar la estructura y dinámica de la experiencia de los jóvenes en este ámbito, se indaga sobre las dimensiones *composición del grupo turístico, alojamiento utilizado y actividades realizadas*, ya que se consideran todas ellas constitutivas de los hábitos de viaje y las experiencias turísticas de los jóvenes.

⁶¹ Bourdieu, P.: *La distinción*, Ed. Taurus, Madrid, 1999, p. 170.

12.1. la composición del grupo turístico

Al indagar sobre la composición del grupo turístico se toman en cuenta tres indicadores: el *número total de integrantes*, el *sexo de los integrantes*, y la *relación entre los miembros*.

a. el número de integrantes

Tabla 12: Número de integrantes del grupo según total

Integrantes	MdP	VG
1	1.1	0.0
2	41.8	19.2
3	18.7	17.9
4	20.9	39.7
5	7.1	20.0
6	7.1	12.3
7	3.3	4.0
8	0.0	0.0
9	0.0	1.0

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Respecto del número de integrantes del grupo, en MdP se observa que las categorías con mayor relevancia, según la significación planteada son, *dos*, *cuatro* y *tres integrantes*.

En VG, en cambio, se constata que las opciones más representativas son, de acuerdo a la importancia atribuida, *cuatro*, *tres*, *cinco* y *dos* integrantes. Lo cual indica que en esta localidad los grupos son bastante más numerosos por un lado, y más variados (se observa mayor dispersión) que en MdP.

b. la relación entre los miembros del grupo

Tabla 13: Relación entre los miembros del grupo según total

Relación	MdP	VG
individual	1.1	0.0
pareja	15.4	17.4
familia	33.0	30.4
parientes	10.4	1.6
amigos	40.1	50.5
otros	0.0	0.0

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Respecto de la relación entre los miembros del grupo turístico, en las dos localidades las formas con mayor presencia, de acuerdo a la importancia observada son: *amigos*, *familia* y *pareja*, presentándose en VG una mayor proporción de la opción amigos y en MdP una mayor incidencia de la alternativa familia.

Tabla 14: Relación entre los miembros del grupo según nivel socioeconómico

Relación	ma	mm	mb	b	ma	mm	mb	b
individual	0.0	1.6	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
pareja	7.1	14.3	16.9	20.0	0.0	16.5	25.4	12.5
familia	28.3	28.6	36.0	40.0	36.4	33.0	27.0	12.5
parientes	7.1	7.9	12.4	13.3	0.0	1.1	1.6	12.5
amigos	57.1	47.6	33.7	26.7	63.6	49.5	46.0	62.5
otros	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

ma: nivel medio alto, mm: nivel medio medio, mb: nivel medio bajo, b: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Al observar tendencias diferenciales, en MdP se constata que al descender el nivel socioeconómico, se reduce la proporción de jóvenes que viajan con amigos y se incrementa la cantidad de ellos que se trasladan en familia y en pareja. En VG, en cambio, al descender el nivel socioeconómico, se reduce la proporción de jóvenes que vacacionan en familia.

12.2. el alojamiento utilizado

Al indagar sobre el tipo de alojamiento utilizado por los jóvenes, en MdP se observa un predominio de los que *alquilan departamento*, asimismo existe una proporción importante que posee *departamento propio* y que utiliza *hotel*.

Tabla 15: Alojamiento utilizado según total

Alojamiento	MdP	VG
departamento propio	19.8	2.2
departamento alquilado	23.1	45.7
departamento prestado	6.6	8.7
casa propia	8.8	0.0
casa alquilada	7.1	1.1
casa prestada	2.7	1.1
hab. con familiares	6.6	1.1
hotel gremial	2.2	0.0
hotel	19.8	27.7
hotel apart hotel	0.5	0.0
tiempo compartido	0	0.0
campamento	1.1	1.6
otros	1.6	1.1

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En VG se advierte que poco menos de la mitad de los jóvenes consultados *alquila departamento* y una menor proporción concurre a *hotel*.

Al respecto puede afirmarse que, si bien en ambas localidades la opción predominante es departamento alquilado, en VG la significación que adquiere esta alternativa es mucho mayor, concentrándose en esta opción y en la alternativa hotel, casi la totalidad de las elecciones. En MdP, en

cambio, existe una mayor dispersión en la asignación de las alternativas, lo que indica mayor diversidad en los tipos de alojamiento utilizado.

Así, en ambos casos, aunque con mayor definición en MdP, puede inferirse la importancia del rasgo de *domesticidad* de la práctica turística. Esta realidad es generada por la presencia de alojamiento residencial -casa o departamento- y remite a la modalidad de hacer turismo de familia, en vivienda, reproduciendo usos y consumos de la vida cotidiana del lugar de procedencia.

Tabla 16: Alojamiento utilizado según nivel socioeconómico

<i>Alojamiento</i>	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>
departamento propio	35.7	27.0	15.7	0.0	0.0	4.4	0.0	0.0
departamento alquilado	28.6	27.0	22.5	6.7	59.1	57.1	27.0	25.0
departamento prestado	7.1	3.2	7.9	13.3	0.0	3.3	15.9	37.5
casa propia	28.6	11.1	4.5	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0
casa alquilada	0.0	9.5	7.9	0.0	27.3	12.1	1.6	0.0
casa prestada	0.0	0.0	1.1	26.7	0.0	1.1	1.6	0.0
hab. con familiares	0.0	6.3	5.6	13.3	0.0	2.2	0.0	0.0
hotel gremial	0.0	1.6	3.4	0.0	9.1	19.8	46.0	25.0
hotel	0.0	11.1	28.1	26.7	0.0	0.0	0.0	0.0
hotel apart hotel	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
tiempo compartido	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
campamento	0.0	1.6	0.0	6.7	0.0	0.0	3.2	12.5
otros	0.0	0.0	3.4	0.0	4.5	0.0	1.6	0.0

ma: nivel medio alto, *mm*: nivel medio medio, *mb*: nivel medio bajo, *b*: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Al analizar tendencias diferenciales, en MdP se constata que al descender el nivel socioeconómico, disminuye la proporción de jóvenes que se alojan en departamento alquilado y propio y se incrementa la cantidad de ellos que concurren a hotel. Asimismo únicamente en el sector bajo cobra relevancia la alternativa *casa prestada*.

En VG se advierte que al descender el nivel socioeconómico, decae también la cantidad de jóvenes que alquilan departamento o casa, vinculándose esta última opción casi exclusivamente a los sectores medio y medio alto. Asimismo únicamente en el sector bajo cobra significación la alternativa *campamento*.

La diversidad detectada en este aspecto la práctica turística se manifiesta como un signo distintivo ya que define en los jóvenes un sistema de diferencias a partir de consumos diferenciales.

12.3. las actividades realizadas

Al igual que en el caso de las actividades preferentes, al indagar sobre las actividades de realizadas, se excluye la de 'ir a la playa' ya que se supone es la actividad convocante en primera instancia de los turistas que arriban durante la temporada estival al Litoral Atlántico Bonaerense. Esta suposición se

sustenta en el hecho de que los lugares estudiados, Mar del Plata y Villa Gesell, tienen características naturales diferenciales respecto del entorno cotidiano de los jóvenes, dadas fundamentalmente por el hecho de tener mar y playa.

Para el análisis de las actividades efectivamente realizadas, se aplica el mismo sistema de categorías utilizado en el caso de las actividades preferentes, donde en cada actividad contemplada, la motivación manifestada en la elección, es fundamental, aunque no únicamente, de un tipo clasificable.

Esta tipología de actividades efectivamente realizadas se construye sobre la base de categorías que no son excluyentes unas de otras, es decir que cada opción puede estar vinculada a motivaciones de más de un tipo, pero habrá un tipo que se destaque sobre los demás y el hecho de diferenciarlo, es útil a los fines analíticos.

La taxonomía es construida a partir de la idea de que las elecciones efectuadas por los jóvenes son hechas en función de una motivación predominante que se encuentra orientada hacia:

<i>apropiación de espacios</i>	<i>disfrute implicado en la realización de una actividad en sí</i>	<i>generación o sostén de vínculos</i>	<i>necesidad individual⁶² de repliegue</i>	<i>consumo de bienes materiales</i>
<ul style="list-style-type: none"> . pasear por el lugar . caminar por la costa . descubrir lugares . ir de excursión 	<ul style="list-style-type: none"> . practicar deporte . asistir a espectáculos . jugar casino/bingo . ir a pescar . degustar comidas 	<ul style="list-style-type: none"> . reunirse con amigos . ir a bailar . conocer gente . estar en familia 	<ul style="list-style-type: none"> . descansar/estar tranquilo 	<ul style="list-style-type: none"> . ir de compras

Al respecto, en MdP se observa que las actividades realizadas son, de acuerdo a la significación atribuida, *pasear por el lugar*, *caminar por la costa*, *descansar/estar tranquilo*, *ir a bailar*, *estar en familia* y *reunirse con amigos*; en tanto que en VG las elecciones son diferentes. De acuerdo a la importancia asignada, las actividades escogidas son, *ir a bailar*, *reunirse con amigos*, *pasear por el lugar*, *caminar por la costa* y *descubrir lugares*.

Tabla 17: Actividades realizadas según total

Actividades	MdP	VG
pasear por el lugar	52.1	49.4
practicar deporte	3.2	7.6
asistir a espectáculos	7.6	4.9
ir a bailar	25.2	65.8
ir de compras	12.1	11.9
caminar por la costa	33.5	36.5
conocer gente	6.6	9.2

⁶² En el sentido de que no implican “necesariamente” el establecimiento de vínculos con otros.

degustar comidas	6.5	9.3
descubrir lugares	4.9	18.0
estar en familia	18.0	13.0
reunirse con amigos	18.6	53.3
descansar / estar tranquilo	25.7	12.0
jugar casino / bingo	4.8	2.1
ir a pescar	1.6	1.6
ir de excursión	0.0	2.1
otras	0.5	0.5

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Lo anterior revela diferencias respecto de las actividades realizadas en cada localidad.

En MdP, las actividades elegidas en primer y segundo lugar, pasear por el lugar y caminar por la costa, se vinculan con la apropiación de un espacio diferente del entorno cotidiano, con fuerte carga significativa, producto de la construcción de un imaginario sobre la ciudad, donde el hecho de transitarla está cargado de sentido. Así, puede inferirse que la práctica turística presupone un imaginario del espacio que da sentido al recorrido y diferencia los lugares, por lo cual las interacciones y experiencias de los jóvenes en este espacio dependerán de su influencia ‘fuera del cerco’, ya que, al ser figurativo, no está hecho únicamente de lo que se ve, sino de cosas que se saben y recuerdan.

La opción por descansar/estar tranquilo supone la satisfacción de una necesidad personal y se relaciona con la idea de ‘compensación’ después de haber realizado actividades ligadas a la obligación tales como el trabajo o el estudio, y con una ruptura respecto a los ritmos de la cotidianidad. Aquí puede inferirse la valoración del *autocondicionamiento* que, como instancia de tiempo libre, supone la práctica turística, en compensación del *heterocondicionamiento* predominante en la vida cotidiana de los jóvenes, con relación a sus actividades de estudio y/o trabajo. Este es un tiempo en que la libertad predomina sobre la necesidad. Así, la preferencia por el descanso y la tranquilidad se vincula con la exaltación del sentido de ausencia o relajación de restricción y dependencia, de normas y obligaciones.

Por último, las actividades escogidas en menor medida, se relacionan con la sociabilidad, es decir la generación o sostén de vínculos sociales de diferente tipo: con los pares y con la familia.

En VG se presenta una situación casi inversa, es decir, que las actividades elegidas en primer y segundo lugar, ir a bailar y reunirse con amigos, se vinculan con una sociabilidad exclusivamente referida a los pares, mientras que las opciones que se presentan en tercer, cuarto y quinto lugar, pasear por el lugar, caminar por la costa y descubrir lugares, están asociadas a la apropiación de un espacio que, también en este caso, posee una carga significativa, producto de la construcción de un imaginario sobre la ciudad y donde el hecho de transitarla está cargado de sentido. Especialmente en esta ciudad,

la práctica turística se expresa en las diferentes formas que tienen los jóvenes de usar los espacios constituyendo un lenguaje y, percibiendo y valorizando el lugar como ámbito de máxima sociabilidad, de posibles intercambios y encuentros entre pares. Además, si bien en ambas ciudades la noche con sus diferentes opciones se constituye en territorio de los jóvenes, es en VG donde este fenómeno se presenta con mayor intensidad creando un imaginario liberador, un clima festivo con un tiempo y un espacio propios en ruptura con el tiempo y espacio habitual, en distanciamiento con lo cotidiano.

Asimismo, se confirma la existencia de perfiles diferentes en estos dos grupos de jóvenes al observar que mientras en MdP cobra relevancia la opción por el descanso y la tranquilidad, actividad de repliegue personal; en VG adquiere significación el descubrir lugares; lo cual indica 'pasividad' en un caso y 'aventura' en el otro.

En genérica consideración respecto del comportamiento de los jóvenes en cada una de las ciudades observadas, puede apreciarse una *homogeneidad relativa* de las prácticas, producto de un habitus que, como disposición general y transportable, hace que al existir condiciones objetivas semejantes dadas por la presencia de una cultura contextual compartida (ser jóvenes que trabajan y/o estudian, pertenecientes a los sectores medio y medio bajo, residentes en Capital Federal y Gran Buenos Aires, etc.), éstas prácticas sean semejantes, producto de la aplicación de similares esquemas de apreciación y a la vez distintas de las prácticas constitutivas de otros estilos de vida.

El habitus, explica el proceso mediante el cual lo social se interioriza en los individuos generando prácticas y dando a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción, programando el consumo de los jóvenes turistas y seleccionando aquello que va a ser considerado necesario para pertenecer.

Dada esta homogeneidad relativa, para estos jóvenes, la práctica turística, en tanto práctica cultural es un signo distintivo enclavado y enclavante de un estilo de vida dado, definida por sus propiedades intrínsecas (viajar con amigos o con familia, alojarse en casa u hotel, ir a la playa, ir bailar, etc.) y por las propiedades relacionales dentro de un sistema de condiciones (ser jóvenes, incluidos material y culturalmente, en general pertenecientes a los sectores medios, procedentes de Capital Federal y Gran Bs. As., etc.) y diferencias, lo que la distingue de lo que no es y de aquello a lo que se opone (ser adultos, excluidos, pertenecientes a los sectores alto o bajo, residentes de las provincias del interior del país, etc.) ya que la identidad social se define y se afirma en la diferencia.

Sin embargo, al indagar sobre tendencias diferenciales, en MdP se constata que al descender el nivel socioeconómico, se reduce la proporción de jóvenes que optan por ir a bailar y reunirse con amigos, y se incrementa la cantidad de ellos que elige caminar por la costa. Esto indica que en los sectores socioeconómicos más bajos, dejan de realizarse actividades vinculadas en mayor medida con la

sociabilidad y se opta por la apropiación de un espacio público con significación social y condiciones naturales diferenciales como es la costa.

Tabla 18: Actividades realizadas según nivel socioeconómico

Actividades	MdP				VG			
	ma	mm	mb	b	ma	mm	mb	b
pasear por el lugar	50.0	58.8	47.2	60.0	54.6	48.4	52.4	25.0
practicar deporte	7.1	3.2	2.2	6.7	9.0	8.8	6.4	0.0
asistir a espectáculos	7.1	6.4	10.0	0.0	4.5	6.6	3.2	0.0
ir a bailar	50.0	27.0	22.4	6.7	72.8	77.0	47.7	62.5
ir de compras	21.4	12.7	10.1	13.4	13.5	13.2	9.6	12.5
caminar por la costa	29.3	22.2	40.5	46.6	27.2	27.5	50.7	50.0
conocer gente	14.3	9.5	2.2	6.7	9.1	9.9	9.5	0.0
degustar comidas	0.0	12.7	4.4	0.0	0.0	7.7	15.8	0.0
descubrir lugares	0.0	9.5	2.2	6.7	22.6	17.6	17.4	12.5
estar en familia	14.2	19.0	16.8	26.6	13.6	16.5	8.0	12.5
reunirse con amigos	28.5	22.2	17.9	0.0	54.5	52.8	50.8	75.0
descansar / estar tranquilo	14.2	23.8	31.5	13.4	4.5	8.8	19.1	12.5
jugar casino / bingo	14.3	4.8	4.5	0.0	0.0	3.3	1.6	0.0
ir a pescar	7.1	1.6	1.1	0.0	4.5	1.1	0.0	12.5
ir de excursión	0.0	0.0	0.0	0.0	9.0	0.0	3.2	0.0
otras	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0

ma: nivel medio alto, mm: nivel medio medio, mb: nivel medio bajo, b: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En VG también se observa que, al descender el nivel socioeconómico se incrementa la proporción de jóvenes que optan por caminar por la costa y se reduce la cantidad de ellos que se inclina a conocer lugares. Por otra parte se constata una mayor presencia de jóvenes que eligen ir a bailar en los sectores medio alto y medio.

Así, puede apreciarse que dentro de esta cultura contextual compartida, existe una *heterogeneidad relativa* de las prácticas, dada por un sistema de diferencias que opera al interior de estos grupos con homogeneidad relativa. Dicha heterogeneidad se manifiesta en el hecho de que los sectores socioeconómicos más altos, realizan prácticas vinculadas en mayor medida al establecimiento de relaciones sociales informales, en tanto que los sectores más bajos tienden a realizar actividades vinculadas en mayor medida con la apropiación de espacios. Así, las diferentes formas que asume la práctica turística de los jóvenes, constituyen ocasiones de probar o de afirmar la posición diferencial ocupada en el espacio social.

Dirigir la atención a las distancias sociales que existen en los distintos grupos de jóvenes turistas junto con las prácticas que los diferencian y separan, permite superar la consideración de una cultura juvenil única.

Asimismo, el hecho de que en los sectores socioeconómicos más altos cobre significación la actividad de ir a bailar y en los sectores más bajos la de caminar por la costa, se vincula con la existencia de un modelo turístico caracterizado por una *espacialidad fragmentada* en relación a usuarios incluídos y excluídos y a usos legitimados y sancionados, que se traduce en una apropiación diferencial del territorio entre jóvenes turistas de diferentes sectores sociales.

En ambas ciudades, la fragmentación de los espacios recreativos se expresa en una paulatina y diferencial minimización del espacio público y en la proyección del espacio privado a partir del proceso de mercantilización de la oferta de actividades y espacios. Esta tendencia genera una atmósfera donde prácticamente todo se presenta como mercancía, configurándose así una cultura de consumo con acceso limitado.

Especialmente en lo referido a las actividades realizadas en el ámbito de la práctica turística, puede afirmarse que las mencionadas homogeneidad y heterogeneidad relativas de la condición juvenil, no se definen únicamente en relación al status socioeconómico y sociocultural de los jóvenes, sino también en función de la asignación y división social de roles según el género. Es en este sentido que se indaga también sobre tendencias diferenciales de acuerdo al género.

Tabla 19: Actividades realizadas según género

<i>Actividades</i>	<i>MdP</i>		<i>VG</i>	
	<i>m</i>	<i>f</i>	<i>m</i>	<i>f</i>
pasear por el lugar	46.8	54.1	34.0	54.3
practicar deporte	6.4	2.2	22.7	2.9
asistir a espectáculos	12.8	5.9	2.3	5.6
ir a bailar	29.8	23.7	63.6	66.4
ir de compras	6.4	14.0	4.5	14.3
caminar por la costa	27.7	35.6	18.1	42.1
conocer gente	14.9	8.1	13.6	7.8
degustar comidas	8.5	2.9	6.9	10.0
descubrir lugares	8.5	10.4	13.6	19.3
estar en familia	21.3	14.1	11.4	13.6
reunirse con amigos	17.1	18.5	79.5	45.0
descansar / estar tranquilo	17.1	11.8	4.5	14.3
jugar casino / bingo	2.1	2.2	9.1	0.0
ir a pescar	0.0	0.7	6.8	0.0
ir de excursión	0.0	0.0	2.3	2.1
otras	0.0	0.0	2.3	0.0

m: masculino, *f*: femenino

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*

Al respecto, si bien en ambas localidades no se registran diferencias importantes respecto de las preferencias y prácticas entre varones y mujeres, pueden identificarse algunas tendencias diferenciales.

En MdP se observa que las mujeres tienden a elegir en mayor medida que los varones, actividades ligadas a la apropiación de espacios, tales como *caminar por la costa o pasear por el lugar*. También se constata en ellas una mayor inclinación hacia consumo de bienes materiales, en la elección de la actividad *ir de compras*. En el caso de los varones, puede advertirse una preferencia más acentuada a *conocer gente*, actividad que implica una sociabilidad más abierta. En este grupo también cobra alguna relevancia el interés por *estar en familia*. Por último, en ellos se constata de un lado, una mayor preferencia por *asistir a espectáculos* y, de otro, una mayor inclinación al repliegue.

También en VG, las mujeres se inclinan por la realización de actividades vinculadas a la apropiación de espacios tales como *caminar por la costa o pasear por el lugar*. Asimismo, puede comprobarse en ellas, una mayor inclinación hacia una actividad de repliegue como es *descansar*. En el caso de los varones, cobra importancia la preferencia por la práctica de *deportes*, actividad que implica un disfrute de la actividad en sí misma y que supone protagonismo. Por otra parte, puede comprobarse una tendencia más marcada hacia la sociabilidad con pares, en la elección de la actividad *reunirse con amigos*.

13. Las representaciones de los jóvenes sobre el espacio urbano y el espacio turístico

La noción de imaginario social, nos remite a la consideración de la subjetividad como estrato constitutivo de lo social, al mismo tiempo que como factor explicativo de las diferentes configuraciones que asume la realidad social. Por eso es válido considerarlo como categoría que permite profundizar en la conformación y estructura de los lugares turísticos.

Toda sociedad se fundamenta sobre un conjunto de significaciones y representaciones a través del cual, la sociedad y el espacio se ordenan y reproducen.

El espacio se territorializa cuando deviene *lugar*, es decir, a través de la emergencia de significaciones imaginarias que hacen posible su percepción.

Por eso, los espacios urbanos y turísticos, deben ser pensados como lugares para habitar, visitar y también para ser imaginados, ya que si bien se constituyen en una infraestructura urbana y en una estructura de servicios turísticos, también lo hacen con imágenes que definen el sentido de estas ciudades, cargándolas de fantasías heterogéneas. “*La urbe programada para funcionar, diseñada en cuadrícula, se desborda y se multiplica en ficciones individuales y colectivas*”.⁶³

Así, estos jóvenes turistas no sólo harán una experiencia física de MdP y VG, no sólo las recorrerán sino que las imaginarán construyendo suposiciones sobre lo que ven y sobre quienes los cruzarán. Gran parte de lo que le pasa al turista en general y al joven turista en particular, es imaginario porque

⁶³ García Canclini, N.: *Imaginarios urbanos*. EUDEBA, Bs. As., 1997, p.109.

no surge de la interacción real. Toda interacción tiene una cuota de imaginario y más aún en las interacciones fugaces que plantea la condición turística, es decir que existe una influencia de estas ciudades ‘fuera de su cerco’, ya que son espacios figurativos hechos no solamente de lo que se ve, sino de cosas que se saben y recuerdan.

El turismo presupone un imaginario del espacio que da sentido al recorrido y diferencia sus lugares. Por eso podemos afirmar que existe “...un sistema de territorios simbólicos construidos sobre la asociación de modelos de espacios ligados a tipos de experiencias y valores esenciales.”⁶⁴

Como se expresara anteriormente, en las ciudades estudiadas, el turismo juvenil se expresa en las diversas maneras que tienen los jóvenes se usar los espacios, estas prácticas constituyen un lenguaje, en el sentido de que designan espacios y los califican como vinculados al imaginario de la ciudad que imaginan, alimentado por la historia del lugar, así como por los relatos acerca del mismo y por las prácticas que allí se desarrollan, conformando todo esto una experiencia cultural y siendo, en especial para los jóvenes, lugar de máxima sociabilidad, ámbito de posibles intercambios y encuentros.

Pertenecer, ser parte de, implica percibir, reconocer, experimentar y comprender los significados de estos lugares, los cuales, compartidos por estos grupos juveniles, a su vez construyen sus raíces simbólicas. Así, los lugares aparecen como espacios vividos, calificados, nombrados y también producidos, en parte por las prácticas cotidianas de los jóvenes turistas.

La experiencia turística es esencialmente una experiencia cultural, de comunicación. Por consiguiente, es de naturaleza básicamente simbólica antes que material, y por ello requiere de la experiencia espacial, asociando territorios reales y simbólicos.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, se indaga sobre las percepciones de los jóvenes acerca de las ciudades turísticas en cuestión en tanto espacios de significaciones, analizando la imagen, que poseen sobre los lugares en sus aspectos urbanos y turísticos, así como también la opinión sobre sus condiciones faltantes, es decir sus carencias.

13.1. las percepciones sobre aspectos urbanos

Con el objeto de indagar sobre las percepciones de los jóvenes sobre ambos lugares en función de los aspectos urbanos, se construye un sistema de categorías a partir del cual los entrevistados deben expresar impresiones positivas o negativas, contemplándose la alternativa ‘sin opinión’.

Las categorías contempladas son tipificadas por sus atributos en relación a los siguientes aspectos:

⁶⁴ Venturini, E.: *Crónicas de unos viajes posibles, de sus condiciones y de sus efectos*. Revista Aportes y Transferencias. CIT. Año 3, vol.2, Noviembre, 1999.

<i>servicios urbanos</i>	<i>infraestructura urbana</i>	<i>lugares de significación y apropiación turística</i>
<ul style="list-style-type: none"> . iluminación . limpieza . seguridad . transporte urbano 	<ul style="list-style-type: none"> . urbanización . orden urbano . tránsito 	<ul style="list-style-type: none"> . espacios verdes . costa . playa . centro . calles

En MdP, se constata que, de los aspectos mencionados, de acuerdo a la significación atribuida, la *playa*, la *costa*, el *centro*, los *espacios verdes* y las *calles*, lugares de significación y apropiación turística, tienen valoración positiva en la mayor parte de los casos; en tanto que a la *limpieza* y el *tránsito*, aspectos vinculados a los servicios urbanos y la infraestructura urbana, se les atribuye valoración negativa en significativa proporción.

Tabla 20: Percepciones sobre aspectos urbanos según total

<i>Aspectos</i>	<i>MdP</i>			<i>VG</i>		
	<i>pos</i>	<i>neg</i>	<i>s/o</i>	<i>pos</i>	<i>neg</i>	<i>s/o</i>
iluminación	60.0	28.7	11.3	62.5	24.5	13.0
limpieza	22.9	74.2	2.9	24.5	70.1	5.4
seguridad	41.5	41.1	17.4	39.7	45.1	15.2
espacios verdes	90.1	2.1	7.8	89.1	1.6	9.2
calles	83.2	14.7	2.1	88.0	9.2	2.7
costa	95.8	3.8	0.4	95.7	3.8	0.5
playa	98.1	1.7	0.2	97.3	2.2	0.5
centro	95.4	3.8	0.8	96.2	2.7	1.1
urbanización	59.7	12.0	28.3	59.2	10.3	30.4
gente	92.9	5.5	1.5	92.4	6.0	1.6
tránsito	23.7	71.1	5.2	24.5	69.6	6.0
transporte urbano	56.8	24.1	19.1	58.7	25.0	16.3
orden	0.0	0.0	0.0	38.6	42.9	18.5

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En VG, también se comprueba que, de los aspectos mencionados, de acuerdo a la importancia asignada, la *playa*, el *centro*, la *costa*, las *calles* y los *espacios verdes*, lugares de significación y apropiación turística, poseen una valoración positiva en casi la totalidad de los casos, en tanto que a la *limpieza* y el *tránsito*, aspectos que hacen a los servicios urbanos y a la infraestructura urbana, se les atribuye una valoración negativa en una proporción significativa de casos.

En ambas ciudades, la valoración positiva de estos lugares de uso y apropiación por parte de los turistas, denota la existencia de un imaginario que conduce a su invención (aún en el caso de que se trate de recursos naturales tales como la costa, la playa, los espacios verdes), como recurso cultural, es decir a su metamorfosis en capital cultural y simbólico y, al surgimiento de las correspondientes prácticas de consumo de dicho recurso.

Partiendo de la idea de que es el hombre el que se apropia la naturaleza semantizándola, dándole un sentido, puede afirmarse que no hay naturaleza sin hombre, ella es la relación del hombre y la materia. Por este motivo, en el momento actual, en que consuma la aparición de una sociedad totalmente urbanizada, la naturaleza vuelve a tomar un valor como garantía de descanso del ruido no deseado. La sociedad industrial y post industrial y urbana está llegando a un punto en que los bienes que históricamente han sido escasos, como alimentos, vestido, objetos, etc., en mayor o menor medida, van dejando de serlo, mientras que los bienes abundantes, llamados por los economistas clásicos 'bienes libres', aquellos que no tenían un precio, la luz, el aire, el sol, el espacio, son cada vez más escasos, transformándose este espacio en la nueva escasez.

En tal sentido, la costa, la playa y los espacios verdes, lugares de significación y apropiación turística, se constituyen como espacios valorizados, en tanto, a partir de este principio de escasez, son apropiados mediante una utilización intensiva.

Al indagar sobre las tendencias diferenciales, en MdP se constata que al descender el nivel socioeconómico de los jóvenes, se incrementa la valoración positiva de la costa. Asimismo, en los sectores medio bajo y bajo se observa una mayor incidencia de valoración positiva de la playa, por último, en los sectores medio alto y alto se constata una mayor proporción de valoración negativa del tránsito.

Tabla 21: Percepciones sobre aspectos urbanos según nivel socioeconómico

Aspectos	MdP											
	ma			m			mb			b		
	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o
iluminación	71.4	14.3	14.3	87.3	4.8	7.9	83.1	7.9	9.0	60.0	0.0	40.0
limpieza	71.4	28.6	0.0	44.4	54.0	1.6	49.4	50.6	0.0	53.3	46.7	0.0
seguridad	42.9	21.4	35.7	73.0	11.1	15.9	65.2	21.3	13.5	33.3	13.3	53.3
espacios verdes	64.3	21.4	14.3	84.1	4.8	11.1	74.2	13.5	12.4	73.3	0.0	26.7
calles	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
costa	85.7	14.3	0.0	87.3	11.1	1.6	91.0	4.5	4.5	100	0.0	0.0
playa	92.9	7.1	0.0	87.3	11.1	1.6	93.3	4.5	2.2	100	0.0	0.0
centro	35.7	64.3	0.0	52.4	38.1	9.5	65.2	23.6	11.2	46.7	6.7	46.7
urbanización	71.4	14.3	14.3	81.0	9.5	9.5	87.6	4.5	7.9	73.3	6.7	20.0
gente	78.6	14.3	7.1	73.0	12.7	14.3	79.8	7.9	12.4	60.0	6.7	33.3
tránsito	21.4	71.4	7.1	14.3	79.4	6.3	27.0	66.3	6.7	6.7	60.0	33.3
transporte urbano	57.1	21.4	21.4	41.3	17.5	41.3	55.1	13.5	31.5	40.0	6.7	53.3
orden	85.7	0.0	14.3	82.5	11.1	6.3	88.8	4.5	6.7	73.3	0.0	26.7
Aspectos	VG											
	ma			mm			mb			b		
	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o
iluminación	54.5	22.7	22.7	60.4	28.6	11.0	65.1	20.6	14.3	87.5	12.5	0.0
limpieza	27.3	63.6	9.1	26.4	70.3	3.3	19.0	73.0	7.9	37.5	62.5	0.0
seguridad	40.9	45.5	13.6	40.7	48.4	11.0	38.1	38.1	23.8	37.5	62.5	0.0
espacios verdes	86.4	0.0	13.6	90.1	1.1	8.8	87.3	3.2	9.5	100	0.0	0.0

calles	90.9	9.1	0.0	86.8	8.8	4.4	88.9	9.5	1.6	87.5	12.5	0.0
costa	90.9	9.1	0.0	94.5	4.4	1.1	100	0.0	0.0	87.5	12.5	0.0
playa	100	0.0	0.0	97.8	1.1	1.1	96.8	3.2	0.0	87.5	12.5	0.0
centro	95.5	4.5	0.0	96.7	1.1	2.2	96.8	3.2	0.0	87.5	12.5	0.0
urbanización	68.2	9.1	22.7	59.3	7.7	33.0	50.0	15.9	33.3	100	0.0	0.0
gente	100	0.0	0.0	90.1	6.6	3.3	92.1	7.9	0.0	100	0.0	0.0
tránsito	36.4	63.6	0.0	27.5	67.0	5.5	15.9	74.6	9.5	25.0	75.0	0.0
transporte urbano	68.2	18.2	13.6	57.1	24.2	18.7	54.0	30.2	15.9	87.5	12.5	0.0
orden	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

ma: nivel medio alto, mm: nivel medio medio, mb: nivel medio bajo, b: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Estas tendencias permiten apreciar la incidencia de la condición de *público* del espacio, que remite al dominio por parte de todos. La costa y la playa, en tanto espacios de uso social, implican la existencia de lugares de encuentro, intercambio y socialización espontánea accesible a todos.

En VG, en cambio, se advierte que al descender el nivel socioeconómico, se reduce la proporción de jóvenes que posee una imagen positiva de la playa y se incrementa la cantidad de ellos que tiene una imagen negativa sobre el tránsito. Asimismo, se observa una mayor presencia de valoración positiva del centro en los sectores medio alto y alto.

Así, se constata una diferente valoración y apropiación del espacio playa por parte de los sectores socioeconómicos más bajos, tendencia que puede vincularse con la diferente situación socioeconómica de los jóvenes que vacacionan en VG, ya que pertenecen en su mayoría a los sectores medio medio y medio alto.

Al analizar las percepciones sobre los aspectos urbanos de las ciudades según el género de los jóvenes, se observa que, si bien en general no se registran mayores diferenciaciones, en MdP cobra importancia la valoración positiva de los espacios verdes por parte de los varones y la valoración positiva de la urbanización por parte de las mujeres, en tanto que en VG, la iluminación adquiere mayor valoración positiva para las mujeres y la seguridad una mayor valoración negativa para los varones.

Tabla 22: Imagen sobre aspectos urbanos según género

Aspectos	MdP						VG					
	m			f			m			f		
	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o	pos	neg	s/o
iluminación	83.0	6.4	10.6	81.5	6.7	11.9	54.5	25.0	20.5	65.0	24.3	10.7
limpieza	59.6	40.4	0.0	46.7	52.6	0.7	29.5	56.8	13.6	22.9	74.3	2.9
seguridad	59.6	14.9	25.5	65.2	17.8	17.0	27.3	56.8	15.9	43.6	41.4	15.0
espacios verdes	85.1	8.5	6.4	74.1	10.4	15.6	90.9	0.0	9.1	88.6	2.1	9.3
calles	61.7	29.8	8.5	60.7	23.7	15.6	88.6	6.8	4.5	87.9	10.0	2.1
costa	89.4	8.5	2.1	90.4	6.7	3.0	93.2	6.8	0.0	96.4	2.9	0.7
playa	91.5	8.5	0.0	91.1	6.7	2.2	95.5	4.5	0.0	97.9	1.4	0.7

centro	61.7	27.7	10.6	55.6	31.1	13.3	100	0.0	0.0	95.0	3.6	1.4
urbanización	78.7	12.8	8.5	84.4	5.2	10.4	56.8	11.4	31.8	60.0	10.0	30.0
gente	70.2	17.0	12.8	77.8	7.4	14.8	97.7	2.3	0.0	90.7	7.1	2.1
tránsito	21.3	70.2	8.5	20.0	71.1	8.9	15.9	75.0	9.1	27.1	67.9	5.0
transporte urbano	38.3	21.3	40.4	52.6	12.6	34.8	56.8	22.7	20.5	59.3	25.7	15.0
orden	85.1	6.4	8.5	85.2	5.9	8.9	34.1	47.7	18.2	40.0	41.4	18.6

m: masculino, f: femenino

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

13.2. las percepciones sobre aspectos turísticos en general

La imagen sobre los aspectos turísticos de las localidades es observada a partir de las opiniones de los jóvenes sobre las características de los lugares en relación a la oferta de actividades y espacios, respecto de tres aspectos diferentes: étéreo, socioeconómico y motivacional, cada uno de ellos con su respectivo sistema de categorías; permitiéndose al entrevistado seleccionar hasta dos opciones, al responder a la afirmación:

<i>Este es un centro turístico con una oferta de actividades y lugares preferentemente dirigidos a:</i>
. niños
. adolescentes/jóvenes
. adultos
. personas maduras
. tercera edad
. para todas las edades

Al respecto, en MDP se constata que la opción predominante es *para todas las edades* y luego, con menor significación se considera la alternativa *adolescentes/jóvenes*.

Tabla 23: Percepciones sobre aspectos turísticos en función etérea según total

Estratos etéreos	MdP	VG
niños	1.1	0.5
adolescentes/jóvenes	8.8	88.6
adultos	5.4	7.6
personas maduras	1.1	0.5
tercera edad	8.2	0.0
para todos en general	81.3	23.3

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En VG en cambio, el orden de las elecciones es inverso, ya que la categoría predominante es *adolescentes/jóvenes*, mientras que la alternativa *para todas las edades* figura con mucha menor significación.

Respecto de la imagen que poseen los jóvenes sobre los aspectos turísticos en función socioeconómica, se contemplan las siguientes alternativas de respuesta a la afirmación:

<i>Este es un centro turístico con una oferta de actividades y lugares preferentemente dirigidos a personas de nivel socioeconómico:</i>
. alto
. medio alto
. medio
. medio bajo
. bajo
. de todos los niveles en general

En MdP, se comprueba que la categoría con mayor presencia es *de todos los niveles en general*, luego, con una significación relativa, se menciona la alternativa nivel *medio* y, por último, con menor presencia, la opción nivel *medio alto*.

Tabla 24: Percepción sobre aspectos turísticos en función socioeconómica según total

<i>Niveles socioeconómicos</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
alto	0.0	0.5
medio alto	8.2	33.7
medio medio	31.3	75.5
medio bajo	2.7	8.7
bajo	0.0	0.0
todos en gral.	63.2	9.8

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En VG en cambio, se menciona en primer lugar la opción de nivel *medio medio*, luego, con significación relativa, el nivel *medio alto* y por último, se menciona la alternativa *de todos los niveles en general*.

Al observar tendencias diferenciales según nivel socioeconómico, en MdP, se constata que al descender el mismo, se reduce la proporción de jóvenes que mencionan que la oferta de actividades y lugares está preferentemente dirigida al nivel medio y se incrementa la cantidad de ellos que menciona que la misma está dirigida al nivel medio alto. En VG, en cambio, no se registran diferentes percepciones en relación a los distintos niveles socioeconómicos.

Tabla 25: Percepción sobre aspectos turísticos en función socioeconómica según NSE

<i>Niveles socioeconómicos</i>	<i>MdP</i>				<i>VG</i>			
	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>bajo</i>
alto	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
medio alto	0.0	7.9	9.0	13.3	31.8	35.2	31.7	37.5
medio medio	42.9	36.5	21.3	33.3	59.1	80.2	74.6	75.0
medio bajo	7.1	6.4	4.5	0.0	4.5	5.5	14.3	0.0
bajo	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
todos en gral.	57.1	54.0	69.7	66.7	22.7	7.7	7.9	12.5

ma: nivel medio alto, *mm*: nivel medio medio, *mb*: nivel medio bajo, *b*: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

No obstante estar excluidos los niveles socioeconómicos extremos de este tipo de uso turístico, por exclusión *voluntaria* del nivel más alto y exclusión *forzosa* del más bajo; en MdP, esta tendencia evidencia en los jóvenes del sector medio bajo, la percepción de estar excluidos de la realización de algunas actividades y la apropiación de algunos lugares. En VG, en cambio, no se registra tal tendencia, lo que permite inferir en los jóvenes, la percepción de estar incluidos, de pertenecer, ser parte de. Así, los lugares y actividades ofrecidos aparecen en este caso, como espacios vividos y también producidos sus las prácticas cotidianas.

Respecto de la imagen que los jóvenes poseen de las ciudades turísticas en función socioeconómica de acuerdo al género, en general no se registran diferenciaciones significativas. Sin embargo, en MdP puede constatarse que es algo mayor la proporción de varones que perciben la oferta de lugares y actividades como preferentemente dirigida a todos los niveles en general, en tanto que es mayor la proporción de mujeres que suponen que la misma está preferentemente dirigida al nivel medio medio. En VG, en cambio es levemente mayor la proporción de mujeres que perciben la oferta de actividades y lugares como dirigida al sector medio alto y es algo mayor la proporción de varones que la suponen dirigida al sector medio medio.

Tabla 26: Percepción sobre aspectos turísticos en función socioeconómica según género

Niveles socioeconómicos	MdP		VG	
	m	f	m	f
alto	0.0	0.0	0.0	0.7
medio alto	6.4	8.9	22.7	37.1
medio medio	38.3	28.8	81.9	73.5
medio bajo	6.4	1.4	11.4	7.9
bajo	0.0	0.0	0.0	0.0
todos en gral.	55.3	65.9	6.8	10.7

m: masculino, f: femenino

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Respecto de la imagen que poseen los jóvenes sobre la oferta de actividades y lugares en función motivacional, se contemplan las siguientes alternativas de respuesta a la afirmación:

<i>Este es un centro turístico con una oferta de actividades y lugares preferentemente dirigidos a personas motivadas por:</i>
. la diversión nocturna
. los entretenimientos diurnos
. las actividades deportivas
. todo en general

En Mdp, la categoría *todo en general* representa casi la totalidad de las elecciones, y luego con menor significación, se menciona la opción la *diversión nocturna*; en tanto que en VG, si bien adquieren relevancia las mismas opciones, *la diversión nocturna* cobra una importancia mucho mayor y *todo en general* una mucho menor, teniendo en esta última ciudad, ambas categorías proporciones similares.

Tabla 27: Percepción sobre aspectos turísticos en función motivacional según total

<i>Motivos</i>	<i>Mdp</i>	<i>VG</i>
la diversión nocturna	13.2	47.8
los entretenimientos diurnos	2.1	11.9
las actividades deportivas	1.6	0.5
la gastronomía típica	3.6	0.5
todo en general	80.2	51.1

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Lo planteado permite asociar la cultura juvenil con la nocturnidad en un contexto donde la noche se ha industrializado como tiempo dedicado al consumo del ocio. Su importancia para estos sectores juveniles, permite inferir que se presenta como un lugar donde el control se encuentra suspendido.

La noche se constituye en territorio de los jóvenes ya que, aunque mercantilizadas y nada espontáneas, las propuestas para el consumo nocturno llevan para ellos el modelo de la fiesta donde encuentran a sus pares, constituyen agrupamientos, encuentran un espacio propicio para integrarse, diferenciarse y construir señales de identidad.

Al observar tendencias diferenciales según el nivel socioeconómico de los jóvenes, en ambos lugares, se constata una mayor presencia de la alternativa todo en general, en los sectores medio bajo y bajo, y una mayor presencia de la alternativa la diversión nocturna en los sectores medio alto y medio medio.

Tabla 28: Percepción sobre aspectos turísticos en función motivacional según nivel socioeconómico

<i>Motivos</i>	<i>Mdp</i>				<i>VG</i>			
	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>
la diversión nocturna	14.3	17.5	11.2	0.0	54.5	47.3	46.0	50.0
los entretenimientos diurnos	14.2	1.6	1.1	0.0	4.5	11.0	14.3	25.0
las actividades deportivas	7.1	1.6	0.0	6.7	0.0	1.1	0.0	0.0
la gastronomía típica	0.0	7.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
todo en general	71.4	77.8	91.0	86.7	45.5	51.8	54.0	50.0

ma: nivel medio alto, *mm*: nivel medio medio, *mb*: nivel medio bajo, *b*: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Tal tendencia puede vincularse al hecho de que en ambas ciudades, la diversión nocturna, al igual que el resto de la oferta de actividades, se realiza en un espacio cada vez más privatizado y mercantilizado, configurándose una lógica de consumo que supone una accesibilidad limitada para los

jóvenes de sectores socioeconómicos más bajos, lo que supone la consolidación de agrupamientos en relación y/o contraposición con otros grupos y su definición en relación a una *distinción* y por lo tanto a una *exclusión*.

13.3. las percepciones sobre las carencias de las ciudades

Para analizar las percepciones de los jóvenes acerca de las carencias de los lugares, es decir, qué cosas necesitan estos centros turísticos para ser más atractivos para los jóvenes, se construye un sistema de categorías postcodificadas a partir de las respuestas de los entrevistados a una pregunta abierta. Las opciones son clasificadas en función de los aspectos diferenciales a los que se refieren estas carencias, resultando la siguiente taxonomía:

<i>condiciones urbanas</i>	<i>condiciones turísticas</i>	<i>condiciones naturales - ambientales</i>	<i>diversificación de la oferta turística</i>
<ul style="list-style-type: none"> . servicios urbanos . calidad de los servicios . limpieza / orden . información turística . seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> . precios accesibles . servicios de playa . hospitalidad 	<ul style="list-style-type: none"> . clima . espacios verdes 	<ul style="list-style-type: none"> . más y mejores espectáculos . diversidad de actividades y espacios recreativos . lugares/actividades para niños . lugares/actividades para adolescentes / jóvenes . lugares/actividades para adultos . actividades/espacios deportivos . actividades/espacios culturales . otros lugares/actividades específicos

En MdP, se observa que las condiciones más tenidas en cuenta por los jóvenes, de acuerdo a la significación atribuida, son *limpieza/orden*, *servicios de playa*, *servicios urbanos* y *seguridad*. Estas opciones se refieren a condiciones urbanas y turísticas de la ciudad en lo que hace fundamentalmente a la infraestructura de servicios. En este sentido las carencias del lugar no se vinculan con las características de la oferta turística en sí (carácter de las actividades y los espacios), sino con las condiciones en que dichas actividades se desarrollan, lo cual se confirma al comprobar que las opciones vinculadas con la diversificación de la oferta turística, tienen una significación mínima o nula.

Tabla 29: Percepciones sobre las carencias de la ciudad según total

Condiciones	MdP	VG
no sabe	29.7	51.6
clima	0.0	0.5
precios accesibles	3.8	11.4
calidad de los servicios	2.7	1.6
servicios urbanos	27.7	1.1
servicios de playa	31.5	4.3
hospitalidad	4.9	1.1
limpieza/orden	43.5	3.3

información turística	1.1	0.5
seguridad	24.3	1.6
condiciones específicas	13.1	8.2
más y mejores espectáculos	5.4	4.9
diversidad de lugares/actividades	0.0	2.2
lugares/actividades para niños	0.0	0.0
lugares/actividades para jóvenes	0.0	0.0
lugares/actividades para adultos	0.5	0.0
actividades/espacios recreativos	0.0	0.5
actividades/espacios deportivos	1.1	0.5
actividades/espacios culturales y sociales	0.0	0.5
espacios verdes	1.1	0.5
otros lugares/actividades específicos	0.5	3.3
nada	8.8	2.2

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Por otra parte, cabe destacar que una proporción importante de jóvenes manifiesta *no saber* que necesita la ciudad para ser más atrayente en temporada, lo que permite inferir poca capacidad crítica y pocas demandas.

También en VG, la mitad de los jóvenes entrevistados manifiesta *no saber* qué condiciones le faltan a la ciudad para ser más atrayente en temporada, lo que denota poca capacidad crítica y pocas sugerencias. Algunos de ellos mencionan la condición precios accesibles, indicando algún interés por acceder al consumo de una oferta cada vez más mercantilizada, tal como se encuentra dada, pero sin un cuestionamiento de su esencia.

Tabla 30: Percepciones sobre las carencias de la ciudad según nivel socioeconómico

<i>Condiciones</i>	<i>MdP</i>				<i>VG</i>			
	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>
no sabe	28.6	23.8	31.5	40.0	50.0	51.6	52.4	62.5
clima	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
precios accesibles	0.0	0.7	1.1	6.7	13.6	11.0	11.1	25.0
calidad de servicios	0.0	6.3	1.1	0.0	9.0	2.2	1.6	12.5
servicios urbanos	40.0	13.3	10.1	13.3	4.5	2.2	0.0	0.0
servicios de playa	28.6	12.6	13.4	0.7	4.5	4.4	6.4	0.0
hospitalidad	0.0	3.2	2.2	6.7	0.0	1.1	1.6	0.0
limpieza/orden	11.2	24.0	21.3	6.7	0.0	6.6	3.2	0.0
información turística	0.0	1.6	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0
seguridad	0.0	9.6	9.3	0.0	0.0	2.2	1.6	0.0
condiciones específicas	0.0	13.4	6.3	6.7	9.1	9.9	6.3	0.0
más y mejores espectáculos	0.0	1.6	4.1	6.7	9.0	3.3	7.9	0.0
diversidad de lugares/actividades	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	2.2	1.6	0.0
lugares/actividades para niños	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
lugares/actividades para jóvenes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
lugares/actividades para adultos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
actividades/espacios recreativos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

actividades/espacios deportivos	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
actividades/espacios culturales y sociales	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
espacios verdes	0.0	1.6	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0
otros lugares/actividades específicos	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
nada	0.0	11.1	9.0	6.7	4.5	4.4	1.6	0.0

ma: nivel medio alto, mm: nivel medio medio, mb: nivel medio bajo, b: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico.*

Al observar tendencias diferenciales, en MdP, se constata que al decender el nivel socioeconómico, se incrementa la proporción de jóvenes que manifiestan no saber qué condiciones le hacen falta a la ciudad. Asimismo se advierte una mayor significación de las opciones servicios de playa y servicios urbanos en los sectores medio alto y medio medio. Lo señalado permite inferir, de una parte, un mayor grado de conformidad y una menor capacidad crítica en los jóvenes de los sectores más bajos; y de otra, que los jóvenes de los sectores más altos requieren de más servicios ya que son quienes se encuentran incluidos en este modelo de consumo.

En VG, también se comprueba que al decender el nivel socioeconómico, se incrementa la proporción de jóvenes que manifiestan no saber qué condiciones le hacen falta a la ciudad. Por otra parte, se advierte que los jóvenes del sector bajo, mencionan la condición precios accesibles en mayor medida que el resto. Así, estas tendencias permiten inferir en los jóvenes de los sectores más bajos mayor grado de conformidad, menor capacidad crítica y deseo de acceder, de ser incluidos en el modelo de consumo.

En ambos lugares, la falta de criticidad, el interés de los incluidos por consumir más y mejor y el de los excluidos por acceder al consumo; pueden vincularse, más allá de los aspectos propios de cada localidad, con la existencia un contexto común en ambos casos: *modelo turístico de consumo de masas*.

En este tipo de modelo turístico, los turistas buscan reproducir en su entorno vacacional las comodidades y los estilos de vida propios de sus lugares de residencia, aunque trasladando ciertas relaciones humanas informales y tradicionales, al plano de la actividad económica y convirtiendo así, progresivamente, actos espontáneos en transacciones económicas.

En tal sentido, cabe destacar que la política turística de cualquier país refleja una determinada configuración de sus fuerzas sociales y una determinada situación económica, por lo cual el desarrollo del sector bajo esta lógica va a reflejar y reforzar los patrones sociales y culturales existentes, dándose procesos de construcción de imágenes y expectativas vinculados con patrones de comportamiento propios de una cultura contextual donde la identidad se constituye en los aspectos simbólicos del consumo.

Tabla 31: Percepciones sobre las carencias de la ciudad según género

Condiciones	MdP		VG	
	m	f	m	f
no sabe	53.2	21.5	52.3	52.1
clima	0.0	0.0	0.0	0.7
precios accesibles	6.4	0.0	15.9	10.7
calidad de servicios	0.0	3.7	2.3	3.5
servicios urbanos	6.4	17.8	6.8	0.7
servicios de playa	8.5	16.3	0.0	5.7
hospitalidad	2.1	2.9	0.0	1.4
limpieza/orden	14.9	24.5	2.3	5.0
información turística	2.1	0.7	0.0	0.7
seguridad	4.3	8.1	0.0	2.1
condiciones específicas	6.4	9.6	6.8	8.6
más y mejores espectáculos	0.0	4.4	2.3	6.4
diversidad de lugares/actividades	0.0	0.0	2.3	2.1
lugares/actividades para niños	0.0	0.0	0.0	0.0
lugares/actividades para jóvenes	0.0	0.0	0.0	0.0
lugares/actividades para adultos	0.0	0.7	0.0	0.0
actividades/espacios recreativos	0.0	0.0	0.0	0.7
actividades/espacios deportivos	2.1	0.7	0.0	0.7
actividades/espacios culturales y sociales	0.0	0.0	0.0	0.7
espacios verdes	4.3	0.0	0.0	0.7
otros lugares/actividades específicos	2.1	0.0	6.8	2.1
nada	4.3	10.4	6.8	0.7

m: masculino, f: femenino

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Al observar las percepciones sobre las carencias de las ciudades turísticas estudiadas en relación al género de los jóvenes, en MdP, puede constatarse que es mayor la proporción de varones que dicen no saber qué le hace falta a esta ciudad para ser más atractiva, en tanto que es mayor la proporción de mujeres que mencionan servicios en general y limpieza/orden. En VG en cambio, puede observarse que es mayor la proporción de mujeres que consignan precios accesibles.

14. Los espacios recreativos utilizados por los jóvenes

En el mundo contemporáneo, los jóvenes, poseen referencias, pero no raíces que los fijen físicamente a un territorio. Sin embargo, esta navegación en los circuitos internacionales no produce una desterritorialización pura, sino una nueva *territorialidad desarraigada*⁶⁵, que entre otras cosas, se

⁶⁵ Para ampliar esta idea ver Ortiz, R.: *Los artífices de una cultura mundializada*. Ed. Siglo del Hombre, Fundación Social. Bogotá, 1998.

manifiesta en los usos del tiempo y las apropiaciones del espacio que hacen los jóvenes en el ámbito de la práctica turística de sol y playa.

Según M. Augé las mutaciones culturales afectan el sentido de los que llamamos *lugar*, por eso plantea la idea de ‘no lugar’ para nombrar espacios que indican la emergencia de un nuevo habitar.⁶⁶

En oposición al concepto de ‘lugar antropológico’, que es territorio cargado de historia y de señas de identidad; el no lugar es el espacio donde los individuos son liberados de toda carga de identidad interpeladora y exigidos únicamente en su interacción con textos. Sin embargo, esta oposición teórica, se manifiesta en la realidad a través de continuidades y reconfiguraciones del sentido del espacio, ya que el lugar nunca queda completamente borrado y el no lugar no se cumple nunca totalmente.

En consideración de esta noción, y más allá de que los espacios recreativos utilizados por los jóvenes turistas en Mar del Plata y Villa Gesell, puedan ser interpretados como no lugares por ser ámbitos de encuentros esporádicos, en el presente trabajo se entenderán fundamentalmente como *lugares*, ya que, a pesar de sus posibles reconfiguraciones, son espacios imaginados, valorizados como escenarios de encuentro y comunicación, cargados de señas de identidad étnica y de clase.

Para analizar la utilización de espacios recreativos de los jóvenes en su condición de turistas, se contemplan dos dimensiones: lugares-servicios de esparcimiento utilizados en general y lugares-servicios de esparcimiento utilizados específicamente en la playa.

14.1. los lugares/servicios de esparcimiento utilizados

En lo que respecta a la primera de las dimensiones, lugares-servicios de esparcimiento utilizados en general, se construye un sistema de categorías postcodificadas, permitiéndose al entrevistado dar respuestas múltiples, con el objeto de abarcar la diversidad de lugares-servicios utilizados.

Este sistema de categorías es clasificado en función de una característica predominante y a la vez distintiva de la actividad ligada a la utilización del lugar.

La taxonomía construida no implica que las actividades ligadas a la utilización de lugares, tengan una única característica. No obstante, de todas las propiedades que tiene cada una de ellas, hay una se destaca sobre el conjunto y permite realizar una distinción que es útil a los fines analíticos. Cabe consignar que también se contempla la opción *no utilizó*.

⁶⁶ Para ampliar esta idea ver Augé, M.: *Los no lugares. Espacios del anonimato*, op. cit. y *El sentido de los otros*. Ed, Paidós. Bs. As., 1996.

<i>contacto con un contexto natural diferencial</i>	<i>actividades culturales</i>	<i>entretenimientos/diversiones diurnos/nocturnos</i>
<ul style="list-style-type: none"> . actividades en el mar . actividades en la playa . actividades en el bosque . oceanario 	<ul style="list-style-type: none"> . exposiciones . recitales . cines . teatros 	<ul style="list-style-type: none"> . discos . bares/pubs . casino/bingo . video games . espectáculos deportivos . espectáculos de fútbol

En MdP se destaca que la mitad de los jóvenes entrevistados *no utilizó* ningún lugar-servicio de esparcimiento, en tanto que una proporción relativamente significativa de ellos concurrió a las *discos* y en menor medida a *cines*, *teatros* y al *casino/bingo*. Lo planteado sugiere que una gran proporción de jóvenes no utiliza o utiliza muy pocos lugares-servicios de esparcimiento, cuya estructura responde un modelo turístico mercantilizado de cual varios grupos quedan excluidos. En cambio, puede inferirse que se apropian de los *espacios públicos* de la ciudad.

Por otra parte, los jóvenes que se apropian del espacio privado mercantilizado, lo hacen en lugares vinculados a la diversión y los entretenimientos nocturnos, destacándose en primer lugar las *discos*.

Tabla 32: lugares/servicios de esparcimiento utilizados según total

<i>Lugares</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
no utilizó	48.9	13.0
oceanario	2.1	0.5
exposiciones	0.5	0.0
casino / bingo	4.9	3.8
video games	1.6	1.0
cines	7.6	2.1
teatros	4.9	0.5
recitales	0.5	0.0
espectáculos deportivos	0.5	0.0
discos	26.4	73.9
bares / pubs	1.0	4.3
actividades en la playa	0.5	11.4
actividades en el bosque	0.0	2.2
actividades en la ciudad	1.1	0.0
otros	1.1	4.4

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En VG, en cambio la situación es diferente. La mayoría de los jóvenes consultados dice concurrir a las *discos* y, en menor medida, se mencionan las opciones *no utilizó* y *actividades en la playa*, lo cual denota una clara preferencia por la diversión nocturna y una leve tendencia hacia la realización de actividades en un contexto natural diferencial respecto del lugar de residencia habitual.

Asimismo, se constata que en VG, la concurrencia a las discos es mucho más generalizada que en MDP, convirtiéndose en la principal y casi excluyente actividad. Por otra parte, en Mdp hay una mayor proporción de jóvenes que no utiliza lugares-servicios de esparcimiento y en el grupo que sí los utiliza se observa, aunque con predominio de concurrencia a las discos, una mayor diversidad en las prácticas.

Más allá de las diferencias planteadas entre las localidades, en ambos casos nuevamente puede inferirse una fuerte vinculación entre la cultura juvenil y la nocturnidad. Esta nocturnidad está asociada a una territorialidad, ya que los jóvenes se inscriben simbólicamente en determinados lugares donde expresan sus gustos y estilos.

Sin embargo, la nocturnidad no se manifiesta solamente en el espacio privado de las discos, hay un ‘transitar’ de los jóvenes por las ciudades, ellos tienen lugares de encuentro, *espacios-vía pública* que durante la noche, se transforman en su territorio. Más allá de su condición de conexión y acceso a lo privado, la vía pública supone la oportunidad de interacción social y de recreación y, en tanto escenario del fluir de la ciudad, implica sustento de reconocimiento y apropiación.

Tabla 33: lugares/servicios de esparcimiento utilizados según nivel socioeconómico

<i>Lugares</i>	<i>MdP</i>				<i>VG</i>			
	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>	<i>ma</i>	<i>mm</i>	<i>mb</i>	<i>b</i>
no utilizó	42.9	49.2	41.6	100.0	0.0	11.0	20.6	12.5
oceanario	0.0	0.0	4.5	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
exposiciones	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
casino / bingo	0.0	3.2	7.9	0.0	0.0	6.6	1.6	0.0
video games	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	1.1	1.6	0.0
cines	7.1	9.5	7.8	0.0	0.0	0.0	6.4	0.0
teatros	0.0	4.8	6.7	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
recitales	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
espectáculos deportivos	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
discos	42.9	31.7	23.6	0.0	81.8	81.3	60.4	75.0
bares / pubs	7.1	0.0	1.1	0.0	4.5	1.1	9.5	0.0
actividades en la playa	0.0	0.0	1.1	0.0	31.8	8.8	6.4	25.0
actividades en el bosque	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	1.1	1.6	0.0
actividades en la ciudad	7.1	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
otros	0.0	0.0	2.2	0.0	13.6	1.1	4.4	12.5

ma: nivel medio alto, *mm*: nivel medio medio, *mb*: nivel medio bajo, *b*: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Al indagar sobre las tendencias diferenciales de acuerdo a los niveles socioeconómicos, en Mdp, se constata que al descender el nivel socioeconómico, se reduce la cantidad de jóvenes que concurre a

las discos. Asimismo en los sectores bajos hay una mayor proporción de jóvenes que no utiliza estos lugares-servicios de esparcimiento.

En VG, la proporción de jóvenes que concurre a las discos es mayor en los sectores medio alto y alto y, la proporción de ellos que no utiliza lugares-servicios de esparcimiento es mayor en los sectores medio bajo y bajo.

Así, en ambas ciudades, la consideración del uso y la apropiación del territorio por parte de los jóvenes, permite constatar una espacialidad caracterizada por la tendencia a la fragmentación del espacio recreativo en relación a usuarios incluidos y excluidos, dado que la distancias sociales existentes entre los jóvenes, se traducen en apropiaciones diferenciales del territorio.

Si bien es verdad que gran parte de la diversión nocturna de los jóvenes se desarrolla en discos, bares, pubs, etc., no debemos desvincularla de su contexto. Los cambios que están ocurriendo en las ciudades turísticas tienen como consecuencia el predominio de una oferta nocturna de locales cerrados, espacios privatizados y mercantilizados, que hace que algunos grupos juveniles estén dejando de vivir estas ciudades como trayecto, de ser espacios de contención, pasan a ser lugares de expulsión, razón por la cual muchas veces las calles, el espacio público es el único lugar de socialización ante la clausura simbólica y/o material de consumos inaccesibles.

Tabla 34: lugares/servicios de esparcimiento utilizados según género

<i>Lugares</i>	<i>MdP</i>		<i>VG</i>	
	<i>m</i>	<i>f</i>	<i>m</i>	<i>f</i>
no utilizó	51.1	48.1	9.1	14.3
oceanario	0.0	2.9	0.0	0.7
exposiciones	0.0	0.7	0.0	0.0
casino / bingo	4.3	5.2	11.3	1.4
video games	0.0	2.2	2.3	0.7
cines	6.4	8.1	0.0	2.8
teatros	8.5	3.7	0.0	0.7
recitales	2.1	0.0	0.0	0.0
espectáculos deportivos	0.0	0.7	0.0	0.0
discos	29.8	25.2	70.5	75.0
bares / pubs	2.1	0.7	2.3	5.0
actividades en la playa	0.0	0.7	20.5	8.5
actividades en el bosque	0.0	0.0	2.3	2.1
actividades en la ciudad	0.0	1.5	0.0	0.0
otros	0.0	1.5	9.1	2.8

m: masculino, *f*: femenino

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

14.2. los lugares/servicios utilizados en la playa

En lo que respecta a la segunda de las dimensiones, lugares-servicios de esparcimiento utilizados en la playa, se construye un sistema de categorías, permitiéndose al entrevistado dar respuestas múltiples, con el objeto de abarcar la diversidad de lugares-servicios utilizados. Las alternativas contempladas son:

<i>lugares-servicios utilizados en la playa</i>
. carpa
. solarium
. bar
. no utilizó

En MdP, se destaca que la mitad de los jóvenes entrevistados *no utilizó* ninguno de estos lugares-servicios, lo que se reconfirma al considerar que el relevamiento de la información, en la mayoría de los casos, se realizó en el sector público de las playas. Esto, se vincula con lo observado anteriormente respecto de los jóvenes y la apropiación de espacios públicos en el contexto de la práctica turística. Tal afirmación se aplica en este caso al ‘espacio playa’ en particular.

Tabla 35: Lugares/servicios utilizados en la playa según total

<i>Lugares</i>	<i>MdP</i>	<i>VG</i>
carpa	22.0	10.3
sombrilla	0.5	0.0
solarium	0.0	2.1
ducha/vestuario/cabina	0.0	4.8
bar	13.2	1.6
otros	8.8	0.0
no utilizó	50.5	88.0

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

Cabe consignar que en menor proporción y de acuerdo a la importancia observada, se mencionan las opciones *carpa* y *bar*.

En VG, la tendencia a la utilización del espacio público en playas es aún más marcada, constatándose que la mayor parte de los jóvenes entrevistados, *no utiliza* ningún lugar-servicio en particular y que una mínima cantidad de ellos hace uso de la *carpa*.

Al indagar sobre las tendencias diferenciales, en MdP, se advierte que al descender el nivel socioeconómico de los jóvenes, se reduce la utilización de la carpa. Asimismo se constata que hay una mayor proporción de jóvenes de sectores medio bajo y bajo que no utilizan espacios privados.

Tabla 36: Lugares/servicios utilizados en la playa según nivel socioeconómico

Lugares	MdP				VG			
	ma	mm	mb	b	ma	mm	mb	b
carpa	35.7	30.2	15.7	13.3	22.7	13.2	3.2	0.0
sombrilla	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
solarium	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	12.5
ducha/vestuario/cabina	0.0	0.0	0.0	0.0	18.2	4.4	0.0	12.5
bar	7.1	11.1	18.0	0.0	0.0	2.2	1.6	0.0
otros	7.1	7.9	11.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
no utilizó	50.0	41.3	51.7	80.0	77.3	85.7	96.8	75.0

ma: nivel medio alto, mm: nivel medio medio, mb: nivel medio bajo, b: nivel bajo

Fuente: elaboración propia basada en datos del CIT. *Estudio de los Centros Turísticos del Litoral Atlántico*.

En VG, también se observa que al descender el nivel socioeconómico, se reduce la cantidad de jóvenes que utilizan la carpa aunque, a diferencia de MdP, no hay vinculación entre el sector social de pertenencia y la utilización del espacio público.

En conclusión, en genérica consideración respecto de la sección, cabe destacar que en ambas ciudades, las tendencias observadas se vinculan con un contexto de fragmentación de los espacios recreativos, expresado en una paulatina y diferencial minimización del espacio público y en la proyección de un espacio privado a partir del proceso de mercantilización de la oferta de actividades y espacios. Esta tendencia confirma la existencia de una de las contradicciones típicas de las áreas turísticas, dada por la tensión entre la necesidad de los sujetos de hacer uso del espacio público y la privatización en aumento de éste.

En tal sentido, cabe destacar, la relevancia de la condición de *público* del espacio, que hace referencia a un espacio percibido por todos y de dominio por parte de todos. Este espacio de uso social, implica la existencia de intercambio y socialización espontánea en el desarrollo de prácticas recreativas, “... es espacio con-formado, por tanto ámbito susceptible de adquirir sentido en sí, más allá de aquel que le confiere su uso y goce”.⁶⁷ Por ser ámbito propicio para el encuentro con otros, revela lo que somos y estimula el cambio.

Como se planteara anteriormente, el hecho de pertenecer, implica percibir, reconocer, experimentar y comprender los significados de los lugares apropiados y utilizados, los cuales son compartidos y constituyen las raíces simbólicas que se tienen de ellos. Mar del Plata y Villa Gesell aparecen así como espacios vividos, calificados, nombrados y producidos en parte por las prácticas y apropiaciones diferenciales de estos jóvenes. Es la práctica de estos actores sociales, con actividades, percepciones,

⁶⁷ Mantero, J.C.: *Tiempo Libre y Calidad de Vida Urbana*. Conferencia dictada en el IV Congreso Mundial de Tiempo Libre. El Tiempo Libre en una Sociedad Globalizada: inclusión o exclusión. San Pablo. Octubre de 1998.

memoria, símbolos, la que contribuye a calificar y localizar estos espacios turísticos, es ella la que puede, como en el caso de la apropiación y uso del espacio público, crear lugares que no son los que han sido proyectados.

15. Conclusiones

Indagar sobre las actitudes y orientaciones de los jóvenes provee lentes para pensar y actuar. Por eso nunca es un conocimiento superfluo el que surge de interrogantes acerca de los jóvenes, más aun al considerar que, si bien en su presente no está totalmente prefigurado el mañana, allí se hallan algunos elementos para entreverlo.

A la luz de los datos obtenidos, no es arriesgado afirmar que en el espejo de los jóvenes cada sociedad descubre sus propios aciertos y desaciertos, ya que ellos, encargados de proyectar su realidad hacia el mañana, reciben todas las consecuencias del funcionamiento del presente y del pasado. Los jóvenes, sus ideas y sus conductas, son también consecuencia de lo sucede en una sociedad dada, sus formas de vivir o de creer se articulan con las de sus mayores. Por eso, reconocer culturas juveniles o pautas de comportamiento diferentes no debe implicar perder de vista la conexión con el conjunto del cual forman parte, no se puede hablar de jóvenes sin remitir a la sociedad que integran.

Contra ciertas imágenes comunes que identifican a los jóvenes como un grupo portador de exigencias, necesidades, expectativas propias, cualitativamente diferentes de las de sus padres, es más pertinente pensar en la condición juvenil en parte como reflejo de la sociedad adulta. Por esta razón, comprender a los jóvenes aporta una contribución a la comprensión de las transformaciones que se desarrollan en el conjunto de la sociedad.

El contexto social que viven estos jóvenes se caracteriza por una crisis de lo público alimentada por el fuerte deterioro de la calidad de las instituciones estatales de prestación de servicios públicos.

En el campo cultural logra imponerse con éxito una visión esquemática de lo social: el ámbito del estado se asocia con el atraso y la iniciativa privada es el ámbito natural de la producción y distribución de bienes socialmente necesarios.

El repliegue generalizado hacia lo privado se inscribe en este contexto objetivo donde se conjugan un efectivo deterioro de las instituciones del estado y una campaña exitosa en el campo ideológico cultural donde los privatistas logran imponer sus representaciones del mundo.

Sin embargo, el individualismo puede ser el resultado de la decepción acerca del deficiente desempeño de las organizaciones y liderazgos públicos disponibles y vigentes en una sociedad dada,

pero también, en parte es el producto de experiencias de aprendizaje en la familia, en la escuela, se trata de actitudes aprendidas y por lo tanto modificables.

Por otra parte, a pesar de que es preciso tener presente que en una misma franja de edad conviven individuos que se diferencian en aspectos fundamentales de su existencia, los jóvenes objeto de este análisis estudian y/o trabajan y disponen de un capital de tiempo libre, así como el acceso a bienes y servicios materiales y simbólicos típicos de las clases medias urbanas.

Así, el trabajo y el estudio de estos jóvenes, se manifiestan como formas de integración social que pautan el conjunto de su vida, ya que en torno a ellos se organizan y legitiman otras prácticas sociales como el uso del tiempo libre en el ámbito de la práctica turística. Al tener esta posibilidad, ellos deciden dónde, cuándo y cómo invertir sus recursos escasos en diferentes espacios sociales de actuación.

La consideración de las preferencias y prácticas de los jóvenes en el ámbito turístico de Mar del Plata y Villa Gesell, permite constatar una predisposición generalizada a la realización de actividades que implican el establecimiento o mantenimiento de una sociabilidad referida fundamentalmente a la amistad y a la condición etérea semejante. Es un tiempo dedicado en su mayoría al intercambio de experiencias con pares, con iguales, lejos de la mirada de los adultos, de la autoridad.

En tal sentido, cabe destacar que el ocio no siempre es expresión exclusiva de formas organizadas y burocratizadas de uso del tiempo libre. También puede existir un ocio *de abajo hacia arriba*, formas desestructuradas de acción colectiva, generadoras de cambios. Así, la relativa espontaneidad de las prácticas de estos jóvenes puede significar creatividad y renovación.

La práctica turística, en tanto instancia de tiempo libre, se refiere al descanso, la recreación y la creación y en estas dimensiones contiene su potencialidad, ya que el descanso distendido puede trascender el descanso exigido que propone la sociedad actual, la recreación espontánea, lúdica y expresiva puede trascender la recreación impuesta y la creación innovadora y participativa puede trascender la reproducción social establecida, convirtiéndose en instancia de transformación y construcción de futuro.

Sin embargo, en ambas ciudades cobra importancia la preferencia por el consumo de bienes materiales, en un contexto donde el mercado aparece como eje del impulso cultural y se valoriza al ciudadano consumidor interesado en tener una cierta calidad de vida. Así, el consumo aparece como un valor, aunque muchos de estos jóvenes no podrán acceder a él, hecho que se constata al analizar las actividades efectivamente realizadas.

Por otra parte, cabe consignar que varias de las actividades donde se establecen relaciones sociales informales, se realizan en el ámbito de la *nocturnidad*, presentándose como un tiempo de paradas y

desplazamientos con ritmos propios, como el lugar de la fiesta, aunque lugar no sea únicamente una categoría espacial con delimitación territorial, muchas veces lo significa. Este modo de comportarse y de ser se desarrolla en aquellos espacios juveniles alejados de la presencia de padres y adultos.

En tanto espacio construido socialmente de otro modo diferente al del contrato social, la nocturnidad contiene elementos de la *fiesta*, lugar por excelencia donde se da una transgresión, que por su naturaleza es un alto en los hábitos cotidianos, en las tareas rutinarias, estableciéndose como un espacio particular donde se alteran los tiempos y las costumbres, y expresándose en una especie de desorden generalizado en la ruptura de las normas.

Sin embargo, la nocturnidad también contiene al *consumo* como modalidad de acceso a bienes culturales y de entretenimiento a través del dinero. Este ha permitido la consolidación de un segmento del mercado dedicado al consumo juvenil.

Los jóvenes establecen en la noche un espacio particular cargado de sentido que ritual y simbólicamente significa un corte con lo cotidiano, con la rutina de trabajo o estudio. A pesar de su mercantilización, este espacio es percibido como símbolo de liberación de energías y sentidos, como ruptura con el orden establecido y el comportamiento esperado, como respuesta al control sobre el cuerpo y las disposiciones.

La consideración del uso y la apropiación del territorio por parte de los jóvenes, permite constatar en ambas ciudades turísticas, no obstante significativas diferencias respecto de su tamaño y complejidad; una espacialidad caracterizada por la *fragmentación del espacio recreativo* en relación a usuarios incluidos y excluidos, dado que las distancias sociales existentes se traducen en apropiaciones diferenciales del territorio.

Respecto de la diversión nocturna de los jóvenes, cabe destacar que los cambios que están ocurriendo en estas ciudades tienen como consecuencia el predominio de una oferta de lugares privatizados y mercantilizados que, en forma diferencial de acuerdo al caso, hace que algunos grupos dejen de vivir las ciudades como trayecto, de ser espacios de contención pasan a ser lugares de expulsión, razón por la cual el espacio público y la vía pública son los únicos lugares de socialización ante la clausura simbólica y/o material de consumos inaccesibles.

El espacio público, que remite al dominio y uso por parte de todos los jóvenes, comprende los espacios de encuentro e intercambio, los espacios verdes, lugares de uso y goce de lo natural y los espacios testimonio, lugares de la identidad, cuyo uso social supone el paseo, la socialización espontánea y las prácticas recreativas y lúdicas. La vía pública también supone oportunidad de interacción social y recreación, y en tanto escenario de las ciudades, implica sustento de reconocimiento y apropiación de lugares.

Asimismo, cabe destacar que, en las ciudades turísticas estudiadas, el comportamiento de los jóvenes, se caracteriza por la *homogeneidad relativa* de sus prácticas, producto de un *habitus* que, como disposición general y transportable, hace que al existir condiciones objetivas semejantes dadas por la existencia de una cultura contextual compartida, estas prácticas sean semejantes, producto de la aplicación de similares esquemas de apreciación y a la vez distintas de las prácticas propias de otros estilos de vida.

Sin embargo, al interior de esta cultura contextual compartida, puede observarse una *heterogeneidad relativa* de las prácticas, dada por un sistema de diferencias que opera al interior del grupo, manifestada en el hecho de que los sectores socioeconómicos más altos, realizan prácticas vinculadas en mayor medida al establecimiento de relaciones sociales informales, en tanto que los sectores más bajos tienden a realizar actividades vinculadas en mayor medida con la apropiación de un espacio público saturado.

Más allá de las diferencias respecto del tamaño y complejidad de las ciudades estudiadas, tales tendencias no deben desvincularse de su contexto: un modelo turístico estandarizado y mercantilizado donde se define una atmósfera en la que toda la oferta de actividades de sociabilidad y espacios de interacción, se presenta como mercancía que se compra y se vende, instrumentándose una lógica de consumo de la que muchos quedan excluidos.

16. *Proposiciones*

La apreciación de la pertenencia socioeconómica y sociocultural de estos actores sociales debe orientar la adopción de programas tendientes a capitalizar las modalidades dominantes mencionadas en los usos de tiempos y espacios, en la concepción de actividades, escenarios y servicios que generen la satisfacción de los jóvenes en relación a lo funcional, lo simbólico y lo vivencial.

En la actualidad, las estrategias de promoción y desarrollo del turismo de sol y playa, tienden a concebirse en función exclusiva del turista, prescindiendo de la consideración integrada del residente que es sustento de acciones destinadas promover y desarrollar un producto cuando se trata de turistas del país en destinos vacacionales del país.

Conocer y reconocer las condiciones culturales, sociales y económicas de los jóvenes turistas, sus formas de relación e interacción, permiten advertir ámbitos de acción tendientes a atenuar vulnerabilidades e identificar oportunidades que trasciendan la práctica turística al considerar la posibilidad de recreación y creación de todos los actores sociales involucrados.

Sin embargo, al momento, la posibilidad de los jóvenes de ejercer prácticas culturales de recreación y creación en el ámbito del turismo radica en las oportunidades que brinda el mercado, el estado y la sociedad de acuerdo a sus respectivos intereses, con frecuencia signados por el lucro.

Similar observación puede realizarse en relación a la afectación de usos del espacio socializable, en tanto la forma actual de gestión urbana en general y de gestión turística en particular, por imperio de intereses en juego, plantea la creciente apropiación privada de los espacios públicos, reduciendo la capacidad de generar utilidades funcionales y simbólicas.

Las diferencias en la disposición urbana de espacios y equipamientos turísticos y las desigualdades en la posibilidad de acceso inciden en las experiencias recreativas los jóvenes. Frente a esta realidad, cobran significación las políticas en relación al espacio público. En este sentido, cabe consigar algunas cuestiones relevantes:

- . la noción de espacio público comprende la posibilidad de valoración y apropiación de parte de todos.
- . el espacio público es espacio con-formado, por lo tanto es ámbito susceptible de adquirir sentido en sí, más allá de aquel asignado por su apropiación.
- . la afluencia y presencia voluntaria de personas en un lugar es índice de valoración, satisfacción de necesidades y potencialidad, es decir de uso social pleno.
- . la utilidad funcional y simbólica del espacio público urbano otorga sentido de identidad y pertenencia.

Por estos motivos, el pensar en políticas turísticas y recreativas implica cuestionar el proceso de privatización creciente de los espacios y de inequitativa distribución de los equipamientos y plantear la necesidad de ámbitos destinados al uso y goce del tiempo libre, que además de oportunidad de descanso y recreación, puede ser tiempo de creación. Por eso es necesario pensar estas ciudades turísticas como posibles espacios de la creación colectiva.

En relación a la posibilidad de participación de jóvenes en su condición de turistas y residentes de las ciudades turísticas contempladas en el estudio, cabe destacar que ellos poseen actualmente una amplia y variada gama de contactos e interlocutores, grupos culturales, juntas de vecinos, tribus urbanas, universidades, etc., es decir que podemos reconocerlos en distintas esferas de la vida pública. Participan de distintas opciones, situaciones e intereses, ya sea con su presencia, sus opiniones o sus necesidades. Esto significa que su ciudadanía se activa, se pone a prueba en cada uno de los intercambios que ellos generan, de las iniciativas que ponen en juego, de las opiniones y conflictos que deben resolver, de los proyectos que han de iniciar. Este tipo de ciudadanía está siempre poniéndose a prueba y proviene más bien de las propias inquietudes y necesidades de los jóvenes.

Sin embargo, al momento no existen políticas públicas de tiempo libre, turismo y recreación dirigidas específicamente a los jóvenes y, las que pertenecen al área de cultura, en la mayoría de los casos, se dirigen a un espectador pasivo, consumidor de espectáculos y no a un sujeto creador. Por este motivo es importante diferenciar entre aquellas actividades en las cuales los jóvenes intervienen activamente en el proceso creativo, de aquellas en las que sólo se los involucra como espectadores pasivos.

Al pensar políticas turístico recreativas, debería concebirse un sujeto joven creador de hechos culturales, que participa activamente del desarrollo sociocultural y, de un concepto de cultura juvenil que incluya, costumbres, valores y modalidades expresivas propias de los jóvenes en el ámbito de sus prácticas de tiempo libre turístico recreativas.

Por último, sería importante generar desde el estado nacional, provincial y local, nexos articuladores, con el sector privado, las ONG's y las organizaciones comunitarias. Respecto de la gestión local, deberían propiciarse proyectos juveniles autogestivos y aprovecharse los centros barriales existentes como espacios de contención y fomento de la participación juvenil, desde una perspectiva innovadora y participativa, no sólo en el aspecto ejecutivo, sino en los procesos referidos al análisis de los problemas y la toma de decisiones.

Referencias bibliográficas

- . Augé, M.: *Los 'no lugares'. Espacios del anonimato*. Ed. Gedisa. Barcelona, 1996.
- . Argan, G.C.: *Crítica de arte*. Ed. Rosenberg-Rita. Bs. As. 1984.
- . Balardini, S., Castillo, J. y Hermo, J.: *Primer informe de juventud de la ciudad de Buenos Aires*. Instituto de la Juventud de la M.C.B.A. Instituto de Investigaciones en juventud. Bs. As. 1992.
- . Balardini, S. y Hermo, J.: *Políticas de Juventud en América Latina: evaluación y diseño*. Informe Argentina. OIE - OIJ. Proyecto Juventud. FLACSO Argentina.
- . Barthes, R.: *La semiología*. Ed. Tiempo Contemporáneo. Bs. As. 19754.
- . Bendit, R.: *Tendencias convergentes de la investigación sobre juventud en América Latina, España y otros países europeos*. Ponencia presentada en el XXII Congreso de la Asociación Internacional de Sociología. Madrid. Julio de 1990.
- . Bendit, R. y Munchmeier, R.: *Las diferentes juventudes en Europa respecto al tema de la compensación y diferenciación regional. Juventud y apoyo juvenil en le contexto de procesos regionales de innovación y desarrollo*. Valencia, 1992.
- . Bendit, R.: *Juventud y políticas de juventud entre la sociedad civil y el Estado. La problemática de las estructuras adecuadas* en P. Hunermann y M. Eckolt (editores) "La juventud latinoamericana en los procesos de globalización". Ed. EUDEBA, FLACSO, 1998.
- . Berger, P. y Luckman, T.: *La construcción social de la realidad*. Ed. Amorrortu, Bs. As., 1974.
- . Bourdieu, P.: *Sociología y cultura*. Ed. Grijalbo, México, 1990.
- . Bourdieu, P.: *El oficio de sociólogo*. Ed. Siglo XXI, Bs.As., 1998.
- . Bourdieu, P.: *La distinción*, Ed. Taurus, Madrid, 1990.
- . Bourdieu, P.: *Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de trois études d' ethnologie kabyle*, Droz, Ginebra, 1972.
- . Bourdieu, P.: *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Ed. Anagrama. Barcelona, 1997.
- . Bourdieu, P. y Wacquant, L.: *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Ed. Grijabo. México, 1995.
- . Casanova, R.: *La modernidad cuarteada. Después de una ilusión de progreso*. En revista "El Ojo del Huracán". Venezuela, Marzo de 1995.
- . Castells, M.: *La cuestión urbana*. Ed. Siglo XXI. Madrid. 1974.

- . Cardoso, R. y Sant'Ana Sampaio, H. (org.): *Bibliografía sobre juventude*. Ed. da Universidade de Sao Paulo, 1995.
- . CEPAL: *La generación de los '90: ocho tesis erradas sobre juventud, educación y empleo en América Latina y sus implicancias para políticas de equidad*. Documento de la División de Desarrollo Social. 1991.
- . Clifford Geertz, J.: *La interpretación de las culturas*. Ed. Gedisa. Barcelona, 1996.
- . Clifford Geertz, J.: *Dilemas de la cultura*. Ed. Gedisa. Barcelona, 1995.
- . De Kadt : *Turismo: pasaporte al desarrollo?. Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Ed. ENDYMION. Madrid. 1991.
- . Einsenstadt, S.N.: *Modernización y evolución de las ideas sobre juventud* en revista *Perspectivas*, vol. XXV, n. 3. 1995.
- . Erikson, H. E.: *Childhood and society*. New York. 1952.
- . Erikson, H.E.: *Youth and crisis*. London. 1959.
- . Erikson, H.E.: *Reflections on the dissent of contemporary youth*. *International Journal of Psychoanalysis*, n. 51. 1970.
- . Feixa, C.: *La juventut com a metàfora*. Ed. Secretaria General de Joventut. Generalitat de Catalunya. Barcelona. 1993.
- . García Canclini, N.: *Imaginario urbano*. Ed. EUDEBA. Bs. As., 1997.
- . García Canclini, N.: *Ciudadanos y Consumidores. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ed. Grijalbo, México, 1990.
- . García Ferrando, M.; Ibáñez J. y Alvira, F.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Ed. Alianza, Madrid, 1993.
- . Giddens, A.: *Las nuevas reglas del método sociológico*. Ed. Amorrortu, Bs. As. 1993.
- . Giddens, A.: *La constitución de la sociedad. Bases para una teoría de la estructuración*. Ed. Amorrortu, Bs. As. 1995.
- . Golpe, L., y Herrán, C. (comp.): *Mar del Plata: perfiles migratorios e imaginarios urbanos*. Ed. ADIP. Bs. As. 1998.
- . Glazer, B. y Strauss, A.: *The discovery of grounded theory: strategies for cualitative reserch*. New York, Aldine Publishing Company, 1967.
- . Glezerman, G.: *El modo de vida como categoría sociológica*. En revista "Demanda". ICIODI, año 1, n.1., La Habana, 1976.

- . Hermo, J.: *La investigación sobre juventud y la diferenciación disciplinar “sociología de la juventud” o “juvenología”*. Cuadernillo de investigación n. 3. Instituto de Investigaciones en Juventud. 1991.
- . Lacabana, M.: *Las lógicas de transición juvenil en la sociedad actual*. En revista “El Ojo del Huracán”.
- . Machado Pais, J.: *Culturas Juvenis*. Imprensa Nacional. Casa da Moeda. Lisboa. 1993.
- . Maffesoli, F.: *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*. Ed. Icaria. Barcelona. 1990.
- . Mantero, J.C.: *Miramar: dimensiones críticas y estrategias de desarrollo* en revista Aportes y Transferencias. CIT. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMDP. Vol. 1, año 1, 1997.
- . Mantero, J.C., Bertoni, M. y Barbini, B.: Encuesta a turistas en centros turísticos del litoral atlántico. En revista Aportes y Transferencias. CIT. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UNMDP. Vol. 1, año 3, 1999.
- . Mantero, J.C.: *Tiempo Libre y Calidad de Vida Urbana en Leisure in a globalized society: inclusion or exclusion?* Ed. World Leisure Association. 2000.
- . Margulis, M.: *La Cultura de la noche*. Ed. Espasa Hoy, Bs. As., 1994.
- . Margulis, M. (editor): *La Juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*. Ed. Biblos, Bs. As., 1996.
- . Munné, F.: *Psicosociología del tiempo libre*. Ed. Trillas, México, 1995.
- . OMT: *Manuales Técnicos de la OMT. Manual Técnico n. 1*. 1995.
- . Ortiz, R.: *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Ed. Universidad Nacional de Quilmes. Bs. As., 1996.
- . Saltalamachia, H. y otros: *Historia de vida y movimientos sociales: propuesta para el uso de la técnica*. Ed. Iztpalapa, México, 1983, año 4, vol. 9.
- . Silva, C.: *Noventas, de maratones, vértigo y sospecha, de vuelta a casa... para salir de nuevo*. Derechos Juveniles V Región. Ed. CIDPA. Valparaíso. 1998.
- . Rama, G.: *Educación y juventud*. Ed. PRADJAL. Madrid, 1994.
- . Touraine, A.: *Tiempo libre, participación social e innovación cultural* en *La sociedad post-industrial*. Ed. Ariel. Barcelona, 1969.
- . Urbain, Cfr y Didier, J.: *L'idiote du voyage. Histoires de touristes*. Ed. Plan. París. 1991.

- . Venturini, E.: *Crónicas de unos viajes posibles, de sus condiciones y de sus efectos*. Revista Aportes y Transferencias. CIT. Año 3, vol.2, Noviembre, 1999.
- . World Leisure Association: *Leisure in a globalized society: inclusion or exclusion?* Ed. WRLA, 2000.
- . Zamora, R.: y García, M.: *El tiempo libre de los jóvenes cubanos*. Ed. Ciencias Sociales. La Habana, 1984.