

Área temática: Turismo y desarrollo

Eje: turismo y sociedad

**ACCIÓN COLECTIVA Y TURISMO: ANÁLISIS DEL TEJIDO
SOCIOINSTITUCIONAL TURÍSTICO DE MAR DEL PLATA.**

Daniela Castellucci
dicastel@mdp.edu.ar
Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Introducción

Mar del Plata, destino turístico tradicional de Argentina, atraviesa la fase declinante de su producto turístico principal de sol y playas, aunque se observa una incipiente apertura a opciones turísticas alternativas como el turismo urbano y el turismo natural y rural. No obstante ello, se advierte la necesidad de diseñar e implementar estrategias de reconversión integral que garanticen un reposicionamiento de la ciudad, basado en la modificación del actual modelo de desarrollo turístico de la ciudad.

De este modo, se considera necesaria la búsqueda de condiciones que estimulen sinergias de desarrollo en los actores y agentes turísticos locales con base en las complementariedades y asociaciones entre diferentes sectores y dentro de ellos a partir de la indagación sobre sus puntos de vista y actitudes.

Por otra parte, el desarrollo local y el desarrollo turístico se asumen como procesos necesariamente participativos en los que deben intervenir representantes de los diversos sectores de la ciudad para definir una visión común de futuro, delinear políticas y diseñar planes integrales a fin de lograr un desarrollo local, endógeno e integral de la ciudad con el propósito de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

En este sentido, la teoría del capital social permite indagar sobre el papel de los actores y agentes turísticos locales y sus relaciones sociales dentro de un proceso de desarrollo turístico, a partir de la idea que aquellos grupos que cuentan con un abanico diverso de redes y asociaciones se encuentran en mejores condiciones para solucionar conflictos y aprovechar nuevas oportunidades.

En el debate actual sobre políticas públicas, no cabe duda que la sostenibilidad de cualquier estrategia de desarrollo se sustenta en el involucramiento y participación activa de los diversos actores sociales en los procesos de toma de decisiones. Una gestión estatal consensuada requiere de la participación de las partes interesadas, en instancias que permitan fortalecer la confianza entre el gobierno y la sociedad civil, ampliándose las oportunidades de cooperación y coordinación.

De ahí que la aplicación deliberada de recursos metodológicos que propicien la participación de los actores sociales por parte de los responsables de diseñar e implementar políticas públicas, contribuye a la emergencia de sujetos activos de desarrollo, dado que presupone la constitución de un sujeto capaz de intervenir con protagonismo en la resolución de sus propias inquietudes (Durston y Miranda, citado por Rosenfeld, 2005:9).

En el presente trabajo interesa analizar los tipos y grados de acción colectiva que asumen los actores y agentes locales del tramado socioinstitucional turístico de la ciudad. De este modo, se plantea el objetivo del presente trabajo buscando describir y analizar las creencias, valores y actitudes de los actores y agentes turísticos locales a propósito de la participación y la asociatividad dentro del tejido socioinstitucional turístico de Mar del Plata.

El enfoque metodológico del estudio es cualitativo dado que requiere la indagación de aspectos subjetivos de las personas como los significados, valoraciones y actitudes que

corresponden a un espacio más profundo de las relaciones, de los procesos y de los fenómenos. Se realiza un análisis de información primaria y secundaria obtenida de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a prestadores de servicios turísticos y a representantes institucionales sectoriales.

La ponencia se inscribe en el proyecto de investigación “*Capital social y desarrollo local: diagnóstico sobre el sector turístico marplatense para la implementación de estrategias de reconversión turística*” llevado a cabo por el Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata, en el período 2009-2010. Este proyecto tuvo como objetivo describir y analizar el estado actual del capital social de los actores y agentes correspondientes al sector turístico de la ciudad de Mar del Plata a fin de evaluar la factibilidad de puesta en marcha de estrategias de reconversión turística.

Capital social y acción colectiva: aproximaciones conceptuales y perspectivas metodológicas

El concepto de capital social es relativamente nuevo, siendo las primeras conceptualizaciones formuladas durante las últimas dos décadas del siglo XX. En particular, los autores James Coleman y Pierre Bourdieu expresaron el concepto en una forma relativamente completa considerándolo como un recurso, dado que las relaciones sociales pueden significar redes de beneficios. Posteriormente Robert Putnam toma este concepto modificándolo para analizar el desempeño de los gobiernos regionales de Italia (Ramírez Plascencia, 2005).

A partir de diversos trabajos sobre el estado del arte, es posible observar que hay dos dimensiones en que se pueden alinear las distintas formas de abordar la definición de capital social (Atria, 2003). La primera dimensión se refiere al capital social entendido como una capacidad específica de movilización de determinados recursos por parte de un grupo, involucrando la noción de liderazgo y el empoderamiento. La segunda dimensión, remite a la disponibilidad de redes de relaciones sociales, y aparecen implicados la noción de asociatividad y el carácter de horizontalidad o verticalidad de las redes sociales.

De acuerdo a ello, Atria (op.cit.) sostiene que el capital social de un grupo social podría entenderse como la capacidad efectiva de movilizar productivamente y en beneficio del conjunto, los recursos asociativos que radican en las distintas redes sociales a las que tienen accesos los miembros del grupo en cuestión. Los recursos asociativos que importan, para dimensionar el capital social de un grupo o comunidad, son las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación.

En particular, Durston (2002:2) entiende que capital social es “*el contenido de ciertas relaciones y estructuras sociales, es decir, las actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación. Ello constituye un capital dado que proporciona mayores beneficios a quienes establecen este tipo particular de relaciones*”. Esta definición sitúa al capital social en el plano conductual de las relaciones y sistemas sociales. De este modo, la confianza, la reciprocidad y la cooperación constituyen el contenido de las relaciones y de las instituciones sociales del capital social.

En el sentido utilizado aquí, la confianza individual es una actitud que se basa en el comportamiento que se espera de la otra persona que participa en la relación que se establece entre ambas. Esta confianza tiene un soporte cultural en el principio de reciprocidad, y un soporte emocional, que es el afecto que sentimos hacia aquellas personas que creemos confiables y que nos dan muestras de su confianza hacia nosotros.

La reciprocidad es el principio fundamental que rige las relaciones institucionales formales e informales en una comunidad. En las sociedades premercantiles, y en menor grado en las contemporáneas, existe una lógica de intercambio basada en los obsequios (de objetos, ayuda, favores), lógica que es distinta de la mercantil, aunque opera también en el ámbito del mercado. La reciprocidad es entonces la base misma de las relaciones e instituciones del capital social.

La cooperación refiere a una acción complementaria orientada al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento común. No debe confundirse con la colaboración, que es el intercambio de aportes entre aliados que tienen emprendimientos y objetivos diferentes aunque compatibles. La cooperación, junto con la confianza y la reciprocidad, resulta de la interacción frecuente entre diversas estrategias individuales.

De este modo, el capital social es una propiedad de las estructuras sociales, en su forma individual toma la forma de redes interpersonales que permiten al individuo vincularse con los otros en intercambios sociales, contactos y favores. Pero en su sentido colectivo, se refiere a la institucionalización de las relaciones de cooperación y ayuda recíproca en el marco de organizaciones, empresas, comunidades locales y grupos que conforman la sociedad civil (Aguirre, 2006).

Otro concepto de capital social que se adopta, siguiendo a Grootaert y van Bastelaer (citado por Molinas et al, 2005), incluye a las organizaciones, las relaciones, las actitudes y los valores que gobiernan las interacciones entre las personas. A su vez, se puede clasificar según su forma en capital social cognitivo y estructural. El capital social *cognitivo* es un concepto más subjetivo e intangible, y se refiere a las normas, valores, confianza, actitudes y creencias compartidas. Y el capital social *estructural* se refiere principalmente a las organizaciones, formales e informales, y a redes organizacionales y asociativas.

Entonces, a los fines del presente trabajo se entiende al capital social como la suma de recursos reales y potenciales ligados a la posesión de una red duradera de relaciones de reconocimiento mutuo más o menos institucionalizados, que facilita ciertas acciones a los individuos que están en esa estructura y posibilita el logro de ciertos fines que no se alcanzarían en su ausencia.

Al revisar la literatura sobre capital social, se observa que hay múltiples propuestas para medir el capital social en una comunidad, y esto se debe fundamentalmente a que su definición es multidimensional. En este sentido, debe considerarse que, dado que en definitiva es una construcción social, la naturaleza y las formas de capital social cambian con el tiempo al modificarse valores, creencias y actitudes. No obstante, esto no invalida la posibilidad de aplicar una metodología adecuada a cada situación particular (Barbini, 2008:65).

Por otra parte, la noción de acción en las ciencias sociales ha ocupado una posición central en la explicación social. Es Anthony Giddens quien propone una teoría social integradora y superadora de las dicotomías. La acción a que hace referencia corresponde a sujetos situados, produciendo un dimensión espacio temporal, con historicidad y territorialidad propia, contenidos en una estructura pero con un margen de autonomía (Bustos Cara, 2008:89).

En este sentido, la acción puede interpretarse como acción pública, es decir acción desde la lógica del estado; o acción privada, como acción desde la lógica del mercado; o acción colectiva, es decir acción desde la lógica del consenso y del conflicto. En particular la acción colectiva, es la integración de actores y sujetos en forma de reacción, movilización o asociación que expresan demanda de conjunto, de participación o interacción. Entender la dinámica de la acción colectiva es fundamental en todo proceso de desarrollo local. De hecho el concepto ha evolucionado desde condiciones estructuradas hacia dinámicas abiertas, siendo el conflicto un factor que promueve las transformaciones. También expresa la dinámica social en muchos aspectos y tiene una relación directa con procesos identitarios (Ibid:91).

Según Garretón (2002) en una sociedad determinada es posible discernir dimensiones o niveles y ámbitos o esferas de la acción social. Las dimensiones refieren a los comportamientos individuales y las relaciones interpersonales que definen los “mundos de la vida”, los niveles organizacional e institucional que corresponden al mundo de las instrumentalidades, y la dimensión histórico-estructural que define lo que algunos llaman la historicidad. Respecto a los ámbitos de acción, estos se refieren a la economía, a la política y a la cultura. El esquema de determinaciones entre estas esferas y dimensiones es flexible, cambiante e histórico.

Los cambios en la sociedad civil han ocasionado nuevos tipos de demanda y principios de acción. Los nuevos temas referidos a la vida diaria, relaciones interpersonales, logro personal y de grupo, aspiración de dignidad y reconocimiento social, sentido de pertenencia e identidades sociales, se ubican más bien en la dimensión de lo que se ha denominado “mundos de la vida” o de la intersubjetividad y no pueden ser sustituidos por los viejos principios. Ya no pertenecen al mundo de lo privado y ejercen su demanda en la esfera pública.

En un trabajo de Elinor Ostrom y T.K. Ahn (2003) se indaga el papel del capital social en el marco de la acción colectiva. La contribución de la perspectiva del capital social consiste en que incorpora la confianza y normas de reciprocidad, redes y formas de participación civil y reglas e instituciones formales e informales; al marco de la acción colectiva. El reconocimiento del papel del capital social en la resolución de problemas de la acción colectiva tiene implicaciones importantes tanto para la teoría de la acción colectiva como para las políticas públicas.

El modelo tradicional de la acción colectiva supone la existencia de individuos atomizados que buscan metas egoístas de corto plazo que llevan a cada individuo a no colaborar en un grado eficientemente integral con los proyectos colectivos. De acuerdo a esta visión, los individuos no asumen voluntariamente distintos proyectos que benefician a la colectividad, tanto en los sectores público y privado, dado que esperan a que los demás lleven a cabo las costosas acciones necesarias para beneficiarlos a todos.

En un documento anterior, del año 1990, Ostrom sostiene que el capital social se halla sobre todo en la forma de normas compartidas, reglas de uso, saberes comunes, subrayando que es un medio para solucionar problemas de acción colectiva a los que se enfrentan los propietarios de recursos de un acervo común de escala relativamente pequeña (Ibid:164).

Sin embargo, a los fines del proyecto de investigación, la acción colectiva se constituye en una dimensión de estudio del capital social. En este sentido el Grupo de Expertos en Capital Social del Banco Mundial (2002) diseñó un cuestionario para medir el capital social en los países, que incluye como dimensión de análisis la Acción colectiva y cooperación, junto a Grupos y redes, Confianza y solidaridad, Información y comunicación, Cohesión e inclusión social, y Empoderamiento y acción colectiva.

En particular, la Acción colectiva y cooperación se relaciona con la participación en actividades de la comunidad y el trabajo conjunto de las personas que la integran, para el logro de objetivos comunes en beneficio de la misma.

Barbini (op.cit: 79) elaboró un sistema de indicadores de capital social tomando como referencia el Cuestionario Integrado para la Medición de Capital Social elaborado por este Grupo de Expertos en Capital Social del Banco Mundial, diferenciando el capital social estructural y el cognitivo.

Los indicadores de capital social cognitivo comprenden, por un lado, las normas, creencias y valores que indiquen sentido de pertenencia y tiendan a facilitar intercambios, reducir costos de transacción e información, comerciar sin contratos, estimular la ciudadanía responsable, y orientar hacia la gestión colectiva de los recursos. Por el otro, comprenden los tipos y grados de confianza, es decir, confianza vinculada al establecimiento de relaciones interpersonales de amistad y redes sociales, confianza extendida a los miembros de la comunidad, normas y valores compartidos, y confianza en las instituciones de gobierno.

Los indicadores de capital social estructural incluyen los tipos y grado de acción colectiva que comprenden las características de las organizaciones y redes formales e informales, el modo de funcionamiento de los grupos de interés, la participación en la toma de decisiones, la heterogeneidad de los grupos de interés, y la extensión de conexiones con otros grupos.

Posteriormente, sobre esta base, y de acuerdo al objetivo del proyecto de investigación "*Capital social y desarrollo local: diagnóstico sobre el sector turístico marplatense para la implementación de estrategias de reconversión turística*", se consideraron las dimensiones cognitivo y estructural del capital social para el estudio del sector turístico de la ciudad de Mar del Plata. En particular, en el análisis de los tipos y grados de acción colectiva se incluyen y/o especifican: participación de los integrantes en la toma de decisiones en relación al turismo local, el grado de conformidad en relación a la participación deseada, vinculación con instituciones privadas del sector turístico y con instituciones del sector público, contribuciones mutuas resultantes de la asociatividad y opinión sobre la experiencia de asociatividad.

La participación y asociatividad como tipos de acción colectiva

. De la participación

El concepto de participación es discutido ampliamente desde la esfera de las ciencias sociales y políticas, intentando sobre todo de diferenciar entre la participación social y comunitaria en el contexto de las políticas públicas sociales.

La participación social se considera como una necesidad humana. Efectivamente, construir junto con otros hace a la condición de lo humano y recrea la sensación de pertenencia a un grupo o a una comunidad. Para Varsavsky la participación social era una de las necesidades básicas en el mismo rango que las de alimentación, abrigo y protección. Alejandro Pizzorno destaca el deseo y necesidad de los sujetos de “hacer con los otros” y de ello se vuelve campo de relaciones sociales y acción colectiva (Rosenfeld, op.cit.:8).

Mónica Rosenfeld entiende que la participación social es una relación y una práctica social política que se “produce” en un espacio de encuentro e intercambio entre actores en la esfera pública y ejerce algún tipo de incidencia en el contexto y en los sujetos. En cuanto a las formas de producción social, Melucci sostiene que las acciones participativas, son a la vez que producción social, procesos de construcción social de la realidad que devienen acción colectiva, proceso en el cual se plasman identidades colectivas, fuera de los ámbitos institucionales, por el cual se dota de sentido a la acción individual y colectiva (Ibid:11).

María Teresa Sirvent (citado por Eguía et al, 2007:7) en 1999 plantea dos categorías de participación que resultan útiles como herramientas analíticas: la real y la simbólica. La cuestión fundamental en la noción de participación real que desarrolla esta autora es la relación entre estructura de poder institucional y los intereses objetivos de los grupos comprometidos. De este modo, la participación real implica la necesidad de cambios profundos en la estructura de poder y se da cuando los miembros de una institución o grupos influyen efectivamente sobre todos los procesos de la vida institucional y sobre la naturaleza de las decisiones.

En cambio la participación simbólica refiere a acciones que ejerce poca o ninguna influencia sobre la política y gestión institucional y generan una ilusión de poder inexistente simulando un “como si” se participara. Bajo estas formas enmascaradas de participación, esta autora señala que se identifican relaciones de subordinación que impiden cambios en las relaciones de poder.

Por otro lado, Mario Robirosa y otros (Ibid:8) en un trabajo publicado en 1990, plantean tres modalidades distintas de participación. En primer lugar, la participación informativa que implica transferencia de información o conocimiento sobre un determinado tema. La comunidad provee información al Estado y éste a la comunidad y esto permite tomar decisiones que disminuyen el riesgo y posibilita optimizar el uso de los recursos. En segundo lugar, la participación consultiva que implica la expresión de opinión y voluntad de los actores acerca del problema o decisión, pero no es directamente vinculante para las autoridades. Y en tercer lugar, la participación decisoria que implica ejercicio de poder y responsabilidad en los procesos de toma de decisiones.

A principios del siglo XXI, otros autores como Cardarelli, Rosenfeld, y Poggiese (Ibid), agregan otro nivel, el de participación en la gestión (cogestión o gestión asociada), que implica el ejercicio compartido entre organizaciones estatales y organizaciones de la sociedad civil en la elaboración y gestión de proyectos, en la implementación y monitoreo de las políticas públicas. Este es el máximo grado de participación, aquí no sólo el Estado convoca para expresar ideas, opiniones, y decidir, sino que además se produce una transferencia de poder.

Más allá de las distintas clasificaciones, diversos autores coinciden en que en su mayoría las prácticas de participación se reducen a actos consultivos cuyos resultados no son tomados en cuenta por los gobernantes, sino que sirven para legitimar sus decisiones. En este sentido, Eguía et al (op.cit.) sostienen que la participación ciudadana, en tanto forma de intervenir en los asuntos públicos y como una acción colectiva necesariamente conflictiva que apunta ampliar los espacios de intervención de grupos o sectores subordinados, supone cambios significativos en la relaciones y distribuciones del poder.

Entonces, y en las palabras de Mónica Rosenfeld (op.cit.:15), se puede definir a la participación como una relación de práctica y producción social entre sujetos y organizaciones que construyen un puente entre campos para establecer áreas de igualdad que se concreta en la esfera pública y ejerce algún tipo de incidencia en el contexto y en el sujeto. El sujeto accede al ámbito de la participación por decisión propia con expectativas, deseos e intereses, aunque dicha decisión no necesariamente sea racional.

Por último, Rosenfeld sostiene que el Estado por su propia naturaleza propicia participaciones restringidas. El Estado-Nación se creó para monopolizar la fuerza y asegurar el bien común y repartir justicia a través del ejercicio de la representación. Promover la participación no es de su competencia, mucho menos si ésta tiende a deslegitimarlo e interpelarlo. Se entiende que la única instancia de totalidad es la esfera política, donde es posible articularla con las esferas culturales y económicas.

. *De la asociatividad*

Andrés Aguirre (2006) sostiene que la asociatividad, desde una perspectiva fenomenológica, viene a formar parte del mundo de la intersubjetividad y códigos de realidad compartidos por un conjunto de sujetos en un espacio-tiempo común, singular y por ellos reproducido. Los actores sociales se asocian voluntariamente, generan un nosotros y un nivel identitario al momento de co-participar de la realización y satisfacción de un objetivo o necesidad convocante.

La cualidad asociativa se sustenta en una trama de relaciones internas y acciones basadas en la existencia de pautas comunicativas, coordinación de acciones de un modo horizontal, simétrico y libre de coacción. Sus rasgos específicos son: satisfacción de objetivos comunes, cooperación (todos ganan o pierden), apertura, diálogo y confianza mutua (Aguirre et al, op.cit.:85).

Desde el punto de vista del funcionamiento de una organización asociativa, suponen un mayor involucramiento y compromiso por parte de sus miembros, lo que permite a la organización el contar con el despliegue de las energías requeridas para sus operaciones.

En este sentido, la asociatividad puede ser incorporada como una potencialidad, un recurso de acción organizativo que se plasma en las actividades y objetivos comunes de un colectivo con mayor o menor grado de formalización, como estructura o roles, y en los cuales existe una voluntad manifiesta de asociarse para realizar una actividad que la individualidad no podría desempeñar.

De este modo, la asociatividad se entiende como estrategia de cooperación y colaboración mediante la identificación, comunicación, y acción concertada con aliados, es una propiedad de la acción comunicativa orientada al entendimiento. Esta definición implica entender que la acción social posee un contenido reflexivo.

Por otra parte, resulta necesario precisar qué se entiende por organización asociativa. El PNUD (citado por Aguirre, op.cit.) entiende que la organización asociativa es aquella organización voluntaria y no remunerada de personas o grupos que establecen un vínculo explícito con el fin de conseguir un objetivo común. La asociatividad así entendida abarca un universo más amplio que el denominado tercer sector, restringido generalmente a organizaciones sin fines de lucro. Entonces, incluye a las organizaciones no gubernamentales de promoción y desarrollo, pero también a asociaciones dedicadas principalmente al bienestar de sus propios miembros de agrupaciones juveniles hasta clubes deportivos.

En las organizaciones asociativas se identifican, por una parte, cierta formalidad organizacional reflejada por ejemplo en los estatutos jurídicos y en estructura diferenciada cuando se encarnan roles y liderazgos; y por otra, comunicaciones horizontales cercanas al modelo interaccional cara a cara, basado en el involucramiento personal. Las organizaciones asociativas se constituyen como tal por concentrar en su interior, tanto del componente humanista e identitario del mundo de vida social de los que la integran, con los necesarios aspectos racionales e instrumentales de toda gestión (Ibid).

Mar del Plata: análisis del tejido socioinstitucional turístico

Mar del Plata es actualmente un centro urbano de magnitud, diversidad y complejidad creciente. Se constituye en uno de los principales destinos turísticos de Argentina, aunque atraviesa la fase de madurez en su principal producto turístico de sol y playa. De hecho, su origen turístico estuvo vinculado a la actividad balnearia a fines del siglo XIX. Si bien la génesis de Mar del Plata estuvo relacionada a la pesca artesanal y la producción agrícola y ganadera, habiéndose conformado un asentamiento humano de servicios a la producción y a la incipiente recepción de personas, el devenir de Mar del Plata estuvo signado por la evolución de la actividad turística (Mantero, 1997). En octubre de 1879 se crea por ley 1306 el Municipio de General Pueyrredon.

A principios del siglo XX, Mar del Plata se constituía en la villa balnearia de la aristocracia porteña, promovida principalmente por la llegada del ferrocarril en 1886. Se realizan diversos emprendimientos y se radican actividades que habrán de conformar el umbral de despegue hacia su desarrollo turístico y urbano. La creciente prestación de servicios turísticos se constituye en la actividad motriz de la ciudad. La burguesía instituye un turismo de elite con prácticas sociales de ocio en relación al mar, canalizando su consumo en el disfrute social del verano de playa, club y hotel. En 1919

se funda la actual Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Mar del Plata, con el fin de agrupar, representar y defender a las empresas hoteleras y gastronómicas en todas sus modalidades y categorías.

En 1920 comienza paulatinamente el inicio de la democratización balnearia y el afianzamiento de la población estable. Así, se gesta una ciudad balnearia que promueve un equilibrio entre los intereses elitistas y los requerimientos de sectores sociales más amplios. A mediados del siglo XX se intensifican las actividades de prestación de servicios turísticos y se multiplican la prestación de servicios urbanos en función de la magnitud adquirida y la actividad del sector de la construcción en función de la expectativa locacional turística, tras la promulgación de la Ley de Propiedad Horizontal (N° 13.512) en 1948.

La actividad turística crece, no obstante la gradual autoexclusión de los sectores de nivel socioeconómico alto, al ampliarse la participación de los sectores nivel medio y al integrarse los sectores populares como consecuencia de la apertura a las mayorías que alcanza a la actividad turística, a través de las diversas modalidades que adopta el turismo social durante el gobierno peronista (1945-1950).

Durante la segunda mitad del siglo XX, la actividad turística perdura como consecuencia de su dinámica inercial producida en el continuo e intenso crecimiento del período precedente. Sin embargo, se observan indicios de declinación de la actividad por la exclusión de los turistas de nivel socioeconómico de menores recursos, sin mediar recuperación significativa de la demanda turística de nivel alto. Se intensifica el proceso de construcción de edificios, generando una oferta locacional de uso turístico, primordialmente estival, complementaria a la oferta de alojamiento hotelero y extrahotelero.

En esta etapa surgen varias instituciones representativas de las diferentes actividades del campo turístico local, conforme se iban asentando o generando de acuerdo al devenir de la actividad turística. Así, en la década del sesenta se crea el Colegio de Martilleros y Corredores Públicos, mediante ley provincial. En 1980 se constituye la Asociación Regional de los Agentes de Viajes del Sudeste de la Provincia de Buenos Aires con sede en Mar del Plata. Y en 1994 se crea la Cámara de Balnearios, Restaurantes y Afines de la Costa de Mar del Plata. También en la década del noventa surgen otras instituciones como la Cámara de la Recreación de Mar del Plata, la Asociación de Licenciados en Turismo de Mar del Plata, y Mar del Plata Convention & Visitors Bureau.

Actualmente, la ciudad se encuentra en su fase de madurez signada principalmente por su producto turístico principal de sol y playa. Por otra parte, la saturación del espacio público, la moderada calidad en los servicios turísticos y urbanos, la escasa capacidad de generar alternativas de productos turísticos, la degradación del paisaje, y la reducción del gasto medio de los turistas han incidido y configurado el actual estancamiento en su desarrollo turístico.

El tejido socioinstitucional turístico de la ciudad está conformado por diversas instituciones del sector público y del sector privado cuyas funciones y/o actividades tienen incidencia directa o indirecta en el turismo. Para el presente trabajo se consideran, dentro del sector público, diferentes reparticiones del órgano municipal, y el organismo turístico provincial; y en el sector privado se consideran empresas e

instituciones representantes del sector empresario (hotelero, gastronómico, balneario, recreación, martilleros, comercio, congresos y convenciones, agencias de viajes) y profesional de la actividad turística.

De acuerdo al objetivo consignado, se analizan las creencias, valores y actitudes de los actores y agentes turísticos locales a propósito de la participación y asociatividad dentro del tejido socioinstitucional turístico de Mar del Plata. El análisis que se presenta a continuación surge de información primaria y secundaria obtenida de entrevistas semiestructuradas aplicadas a una muestra cualitativa de dieciocho empresas prestadoras de servicios turísticos y representantes institucionales sectoriales realizadas en función de la tesis de Maestría en Desarrollo Turístico Sustentable; y en forma complementaria, de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a una muestra cualitativa de veintidós instituciones públicas y privadas realizadas en el marco del proyecto de investigación anteriormente consignado.

. De la participación

Al analizar la participación de las diferentes instituciones del sector privado consultadas, integrantes del Directorio del órgano municipal turístico, se observa que la participación en la toma de decisiones en relación al turismo local se restringe a apoyar iniciativas del área de turismo del estado local, de tipo puntual/circunstancial y no estructural. En este sentido, estos agentes turísticos expresan conformidad con esta participación, aunque desde una visión particular, más cercana a la idea de acompañamiento y apoyo a la gestión.

Al interior de las instituciones, los entrevistados manifiestan ciertas dificultades en la participación de sus asociados en la organización asociativa, aún en aquellos casos que sólo se les solicita información mediante una encuesta o algún otro medio. Pero también advierten carencias de tipo estructural de la organización (falta de personal, espacio físico, líneas telefónicas, mayor presupuesto para comunicación), que operan como obstáculos para convocar y facilitar una mayor participación de los asociados.

En cuanto al sector público, se observa que el grado de participación en la toma de decisiones con respecto al turismo, depende del tipo de vinculación del área analizada con el turismo. En este sentido, las áreas que reconocen una vinculación con la problemática turística, como el Ente Municipal de Turismo, Gestión Ambiental y Recursos Turísticos, muestran un mayor grado de participación, expresando conformidad con la misma. En tanto, el resto de las áreas municipales consultadas, al no reconocerse relacionadas con la actividad turística, no asumen un papel activo en la toma de decisiones.

Respecto de las empresas prestadoras de servicios turísticos analizadas, se observa que al interior de las mismas, la participación de los empleados en función de proponer ideas, sugerir cambios u opinar sobre determinada cuestión, la misma es limitada. En este sentido los empresarios expresan que esta limitación se debe al bajo nivel educativo de los empleados. Por otra parte, se observa que en más de la mitad de los casos analizados, principalmente del rubro gastronómico, los empresarios y/o gerentes entrevistados no valoran la participación de los empleados, en lo que respecta a las instancias de comunicación e intercambio de información en ambas direcciones.

. De la asociatividad

En las instituciones del sector privado, al analizar las contribuciones resultantes de la asociatividad intrasectorial e intersectorial, se observa que estas no son reconocidas, y se limitan, en líneas generales, a la mención de cumplimientos de pedidos por parte del gobierno local, basada en su experiencia de participación en el Directorio del Ente Municipal de Turismo. Fuera de éste ámbito se considera dificultoso el trabajo conjunto, ya sea dentro del rubro como dentro del sector.

Con respecto a las relaciones con otras instituciones privadas del sector turístico, la misma se realiza en gran medida a través del Directorio del Ente Municipal de Turismo, si bien existen vinculaciones fuera de dicho ámbito. En este sentido, trabajan primordialmente sobre problemáticas sectoriales y temas puntuales. También manifiestan mantener una buena relación y comunicación con otras instituciones del mismo sector pero de otras localidades. Con respecto a la vinculación del sector privado con el sector público, se observa una buena relación en los niveles local, provincial y nacional.

En el sector público, se advierte que las contribuciones resultantes de la asociatividad son recíprocas cuando se trata de la vinculación de las distintas reparticiones del sector público. En tanto que en el caso de la vinculación entre sector público y privado, ésta se percibe como más difícil, visualizándose restricciones dado el carácter individualista y “egoísta” atribuido al empresario marplatense. En consecuencia, se advierte que la visión acerca de la asociatividad es positiva, aunque se observan algunas dificultades en el trabajo conjunto sobre todo con las instituciones del sector privado.

En cuanto a las relaciones entre el sector público y el sector privado, los representantes institucionales públicos consultados manifiestan un contacto fluido con las organizaciones asociativas de empresarios hoteleros, gastronómicos y de balnearios, algunos a partir de la experiencia del Directorio del Ente Municipal de Turismo. Las áreas menos relacionadas no poseen contacto con el sector privado turístico por fuera del Directorio del mismo. Y respecto a la relación entre los distintos ámbitos del sector público, se observa una importante interrelación entre áreas municipales, así como también a nivel provincial y nacional.

Por otra parte, en las empresas prestadoras de servicios turísticos consultadas, la mayoría de las mismas, indistintamente del rubro, participan de la institución sectorial empresaria que los representan, y sólo una ha generado relaciones comerciales asociativas con otras empresas y entidades. De este modo, se observa, en la mayoría de los casos analizados, que la asociatividad se presenta primordialmente a nivel institucional e intrasectorial. Por otra parte, en más de la mitad de las empresas analizadas se advierte la importancia que se le asigna a la asociatividad institucional.

Conclusiones

Entendiendo que el desarrollo local y el desarrollo turístico se asumen como procesos necesariamente participativos, entonces resulta necesario que intervengan representantes de los diversos sectores de la ciudad para definir una visión común de futuro, delinear políticas y diseñar planes integrales a fin de lograr un desarrollo local, endógeno e integral de la ciudad con el propósito de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Si bien la participación se puede concebir como una construcción social, múltiple, sujeta a valores y circunstancias contextuales, también debe entenderse como el proceso que permite el desarrollo de la población, incorporando su capacidad creadora, expresando sus necesidades y demandas, defendiendo sus intereses, luchando por objetivos definidos y participando en el control compartido de las decisiones. Por ello, es menester pensarla no exclusivamente en términos de acción sino también en términos teóricos e ideológicos.

A partir del análisis realizado se observa en la mayoría de los casos estudiados ciertas limitaciones en las modalidades de participación y asociatividad de los actores y agentes turísticos locales.

En particular, respecto de la participación de las instituciones del sector privado que integran el órgano decisor y consultivo del organismo público de turismo local, se observa que la misma tiende a ser más una participación simbólica que real, dado que no influyen efectivamente sobre la naturaleza de las decisiones y sobre los procesos de la vida institucional. Como sostiene Eguía et al (op.cit.), estas prácticas de participación están cumpliendo una función de legitimación de las decisiones del gobierno local.

En cuanto a la asociatividad, si bien se advierte que tanto las instituciones como las empresas le asignan importancia a la asociatividad institucional intrasectorial e intersectorial, no se traslada al campo de la acción. La asociatividad se limita a lo institucional, y dentro de lo institucional, se trabaja sólo sobre problemáticas sectoriales puntuales. A nivel intersectorial, el sector público manifiesta dificultades para el trabajo en conjunto con el sector privado, atento los rasgos individualistas y egoístas que le atribuyen al empresario marplatense.

Al analizar los componentes del capital social, en particular los tipos y grados de acción colectiva, es posible observar como pueden operar estos factores como facilitadores o limitantes para el inicio de un proceso de desarrollo turístico. En Mar del Plata, se hace evidente la necesidad de iniciar un proceso que tienda a promover una participación que contribuya a la emergencia de sujetos activos de desarrollo, dado que, como sostienen Durston y Miranda (Rosenfeld, op.cit.) “...presupone la constitución de un sujeto capaz de intervenir con protagonismo en la resolución de sus propias inquietudes”.

Bibliografía

- AGUIRRE, Andrés y otra (2006) “Asociatividad, Capital Social y Redes Sociales”, en Revista Mad 15, pp. 74-92.
- ATRIA, Raúl (2003), “Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo” en ATRIA, R y SILES, M (comp.) *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. CEPAL y Michigan State University, pp.581-590.
- BARBINI, Bernarda (2008a), “Capital social y desarrollo. Aplicación de indicadores de capital social al ámbito turístico”, en Revista Aportes y Transferencias, Mar del Plata, Año 12, Volumen 2, pp. 65-91.
- (2008b), “Capacidades locales para el desarrollo turístico: reflexiones para su abordaje”, en Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo. CONDET, Año VIII, Volumen 8, pp.81-91
- BUSTOS CARA, Roberto (2008) “Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo ” en Revista Aportes y transferencias. Año 12, Volumen 1. Mar del Plata.
- CASTELLUCCI, Daniela (2011) Sistemas de calidad en turismo: posibilidades y restricciones de su implementación en Mar del Plata. Tesis de Maestría en Desarrollo Turístico Sustentable, UNMDP <http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci_di.pdf> [Consulta: 30 julio 2011]
- DURSTON, John (2002), “Capital social campesino en la gestión del desarrollo rural”, Ed. CEPAL.
- (2000), “¿Qué es el capital social comunitario?” en Serie Políticas Sociales, Número 38, Santiago de Chile, Ed. CEPAL.
- EGUÍA, Amalia y otras (2007) “Sobre el concepto de participación”, en Programas sociales y participación en la provincia de Buenos Aires. EDULP. La Plata.
- GARRETÓN, Manuel Antonio (2002) "La transformación de la acción colectiva en América Latina", en Revista de la CEPAL N° 76, Santiago de Chile.
- KLIKSBERG, Bernardo (2000), “Capital social y cultura, claves olvidadas del desarrollo”. Documento de Referencia Banco Interamericano de Desarrollo – Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe.
- MANTERO, Juan Carlos (1997), “Mar del Plata: devenir urbano y desarrollo turístico” en Revista Faces, Mar del Plata, Año 3, N° 4, pp. 135-152.
- (2004), “Desarrollo local y actividad turística” en Revista Aportes y Transferencias, Mar del Plata, Año 8, Volumen 1, pp. 11-38.
- MOLINAS, José R y otro, (2005). “Capital social, metas del milenio y desarrollo local: El caso de la iniciativa de Carapeguá en desarrollo, Paraguay” en Kliksberg, Bernardo. *La agenda ética pendiente de América Latina*. Pp.309-340
- OSTROM, Elinor y Ahn T.K. (2003) “Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva” en Revista Mexicana de Sociología. Año 65, Número 1, México D.F., pp. 155-233.
- RAMIREZ PLASCENCIA, Jorge (2005), “Tres visiones sobre Capital Social: Bourdieu, Coleman y Putnam” en *Acta Republicana Política y Sociedad*. Universidad de Guadalajara, Año 4, Número 4, pp.21-36.
- ROSENFELD, Mónica (2005) “Dilemas de la participación social: el encuentro entre las políticas públicas y la sociedad civil” en Cuadernos de Observatorio Social, Número 7.
- VARGAS HERNÁNDEZ, José G. (2004) “Teoría de la acción colectiva, sociedad civil y nuevos movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en

Latinoamérica”, en Revista Nómadas. Número 009. Universidad Complutense de Madrid. España.

ZAPATA CAMPOS, María José (2003) “Los agentes turísticos: una aproximación desde la sociología y la ciencia política” en Sociología del Turismo. Barcelona, Ed. Ariel, pp.213-247.

ZUPPA, Graciela (2004). “Prácticas de sociabilidad en la construcción de la villa balnearia”, en ZUPPA, Graciela. *Prácticas de sociabilidad en un escenario argentino. Mar del Plata 1870-1970*. Mar del Plata, Universidad Nacional de Mar del Plata, pp.53-79.