

Las prácticas comunicacionales en los sistemas socioinstitucionales turísticos

Lic. Daniela Castellucci⁹

Palabras Claves: Prácticas Comunicacionales, Sistema Socioinstitucional, Municipios Bonaerenses

La presente ponencia integra la investigación Turismo y Territorio II. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico, realizada por el Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata. El abordaje de la dimensión comunicacional trasciende el estudio desde el marketing y el papel que juega la comunicación en la promoción turística de destinos, realizado en la fase I del proyecto de investigación, y se da apertura en fase II, al estudio de los procesos y prácticas comunicacionales dentro de la trama socioinstitucional de localidades bonaerenses y en un contexto de proceso de desarrollo local.

El objetivo de la ponencia es caracterizar y analizar la dinámica y herramientas comunicacionales dentro del sistema socioinstitucional, que se inscriben en los procesos de desarrollo local turístico en municipios bonaerenses. La posibilidad de dar curso a una iniciativa de desarrollo local, supone y requiere algún grado de institucionalidad. De este modo, el sistema socioinstitucional, conformado por actores individuales y colectivos, constituye una red de interacción que es capaz de promover, en circunstancias y contextos específicos, el desarrollo local.

El estudio es de carácter descriptivo, y el análisis se basa en información primaria recogida en el trabajo de campo mediante encuestas realizadas a prestadores de servicios, residentes y turistas, y entrevistas a informantes calificados del sistema institucional. La investigación, en la cual se encuadra esta presentación, se realizó con un enfoque cuali-cuantitativo en una modalidad de estudio de casos. Los resultados del estudio demuestran ciertas singularidades y diferencialidades en las prácticas comunicacionales del sistema socioinstitucional en las localidades analizadas. De acuerdo a estos resultados, se evidencia la necesidad de comenzar a operar con estrategias de comunicación apropiadas. En este sentido, se plantean una serie de proposiciones a fin de generar condiciones que propicien una mejor comunicación dentro de los sistemas socioinstitucionales.

⁹ Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250. (7600) Mar del Plata, Buenos Aires. Email: dicastel@mdp.edu.ar