



ENSAYO

Influencia de la ecología del desarrollo humano en el turismo gastronómico

María Elena Ramos Padrón de Díaz*

Planteamiento

Partiendo del concepto de ecología desde el punto de vista del desarrollo humano, según el teórico Urie Bronfenbrenner quien la refiere como la interconexión que existe entre los individuos y el entorno que les rodea, e interrelacionándola con el turismo, pretendo en este trabajo resaltar que el ecosistema es quien ofrece toda una gama de recursos necesarios para el desenvolvimiento organizacional de los seres humanos, como energía, materias primas, alimentos, entre otros. Los teóricos Monrel y Guitart (2012) mencionan que Bronfenbrenner es el padre de la corriente del pensamiento Ecología del Desarrollo Humano definiéndola como “el estudio científico de la progresiva acomodación mutua entre un ser humano activo, en desarrollo y las propiedades cambiantes de los entornos inmediatos en los que vive la persona en desarrollo”. Ahora bien, sabiendo que cuando una persona viaja, sola o acompañada, igualmente se enfrenta a sus entornos en dicho viaje, no siendo entornos relativos a su cotidianidad, pero entornos, al fin y al cabo, y que, de alguna manera, le influyen tanto que le pueden llevar a que su experiencia turística sea satisfactoria total o que sea un verdadero desastre.

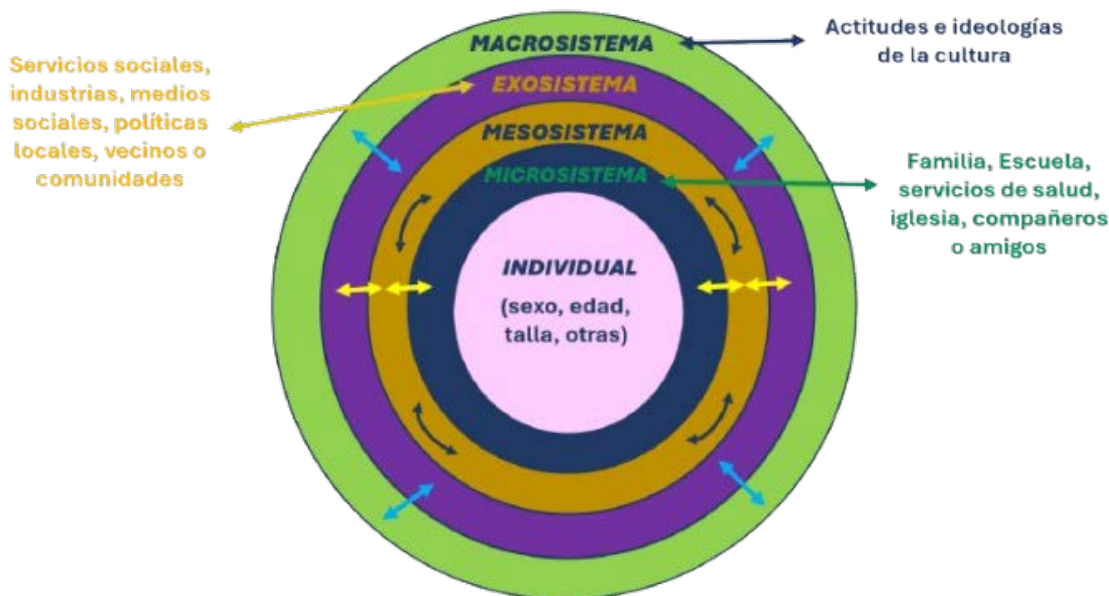
*Correo electrónico: mael2910.2021@gmail.com Universidad Politécnica Territorial de Mérida “Kléber Ramírez”-Universidad Nacional del Turismo Sede Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos.

Ecología del Desarrollo Humano y el turismo

Urie Bronfenbrenner, psicólogo estadounidense nacionalizado, en 1979 postula que los ambientes naturales son la principal fuente de influencia sobre la conducta humana, porque desde la niñez todo ser humano se va desarrollando de manera integral, alcanzando un nivel organizacional distinto, conformado por la familia como el núcleo pequeño e íntimo donde se comienzan a adquirir sus primeras experiencias de vida y, con el paso del tiempo, se van adquiriendo diferentes niveles que le llenan de saberes y le hacen consciente de lo importante de ese saber, permitiéndole dar mejores resultados a su entorno (producto de su accionar diario), contribuyendo a su crecimiento personal, sin duda alguna.

Figura 1:

Modelo ecológico de Bronfenbrenner.



Elaborado por Rojas, María y Rojas, Marling (2019).

Bronfenbrenner propone que el desarrollo humano está enmarcado según los siguientes aspectos:

1. Está dentro de un contexto, siempre
2. Es un fenómeno
3. Se halla en el punto de convergencia entre las ciencias biológicas, psicológicas y sociales, ya que influyen sobre la evolución del individuo con la sociedad.

De esta manera, desde el punto de vista de la disciplina científica del Turismo, el desarrollo humano se observa desde donde el turista debe adaptarse a los diferentes ambientes que le rodean en su visita, hasta identificarse o no con dichos ambientes que forman parte de su cotidianidad (familia, amigos, conocidos). Hay ambientes nuevos y/o diferentes a los que ese turista se enfrenta, a veces los conoce porque ha leído y visto acerca de ellos (vía folletos, por redes sociales o por ofertas específicas de tour operadoras), y que cuando llega al lugar destino, tiene sólo dos posibilidades, que llene o no sus expectativas y que, por ende, satisfaga sus necesidades.

La premisa que se adapta al turismo es la que Bronfenbrenner denomina ambiente ecológico, es decir un conjunto de estructuras seriadas, experienciales, donde cada una cabe dentro de la siguiente, creando esferas de factores que ejercen notables influencias

(directas y/o indirectas) en el turista. Esas esferas o dimensiones las denomina sistemas, como niveles de influencia. De allí que sea necesario saber en este momento, cómo aplicarlas a la vivencia turística, tratando de que la experiencia sea positiva y que perdure en el tiempo y en el espacio, para que el turista desee fervientemente repetirla, ya que dicha experiencia está dentro de la actuación humana, aunque quizás no dentro de su propia cultura (es algo temporal, pero perduran sus recuerdos). Estos sistemas son endógenos pues interactúan todos de adentro hacia afuera, y viceversa también.

1. El Microsistema

Es el nivel más cercano al turista. Incluye comportamientos, roles, relaciones y experiencias característicos de los contextos cotidianos o habituales en los que éste ser humano pasa sus días. En cuanto a las emociones de bienestar y alegría que se espera generen las actividades turísticas en cada usuario o turista, se debe evaluar el aspecto psico-socio-emocional según el perfil del mismo, siempre recordando que el fin último del turismo es satisfacer las necesidades de ocio y tiempo libre para un adecuado disfrute, y que redunde en experiencias inolvidables, partiendo desde la definición que hace la Organización Mundial del Turismo que reza así: “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (OMT, 2008, Glosario de Términos). El asunto va más allá.

Figura 2.

Modelo ecológico de Bronfenbrenner como marco teórico del turismo.

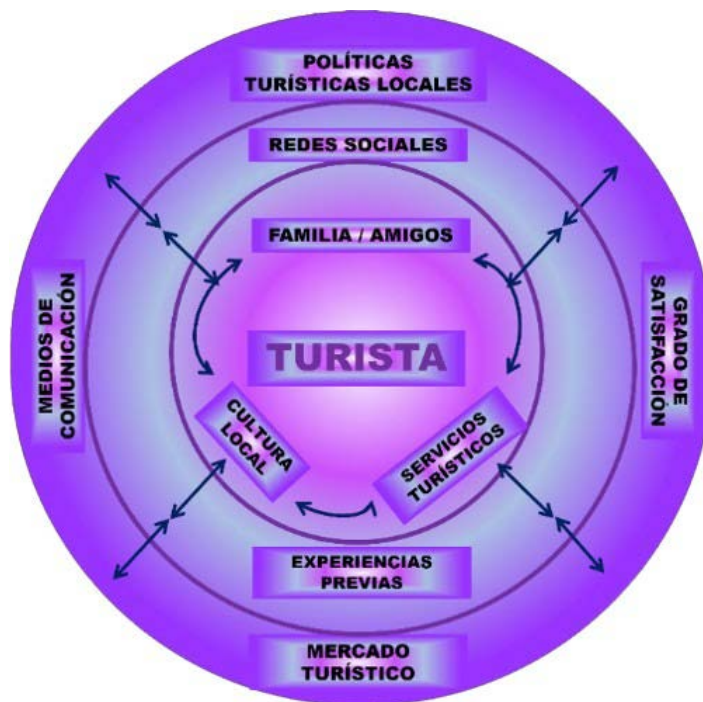


Fuente: Elaboración propia (2024)

a) Si en el lugar que el turista visita consigue que la cultura es parecida a la suya, el ambiente que le rodea puede agrandarse en cuanto al grado de satisfacción, debido a que se haga tan familiar que llegue a convertirse en lo cotidiano (su casa, su gente, su entorno): el alojamiento, las comidas, el disfrute, cualquier otro servicio que requiera atención personalizada. Lo importante es resaltar que todo prestador (a) de servicios turísticos debe entender que su oferta hacia el turista puede afectarse hasta el punto de llevarle a una conducta placentera y de satisfacción total o, todo lo contrario, de total insatisfacción. Así mismo, debe considerarse que el turismo consiste en conocer a otras personas, lo que, naturalmente, puede traer consigo riesgos de conflictos entre los propios turistas, así como entre los turistas y los habitantes locales (residentes), precisamente, sus entornos.

Figura 3

Modelo ecológico de Bronfenbrenner aplicado al turismo

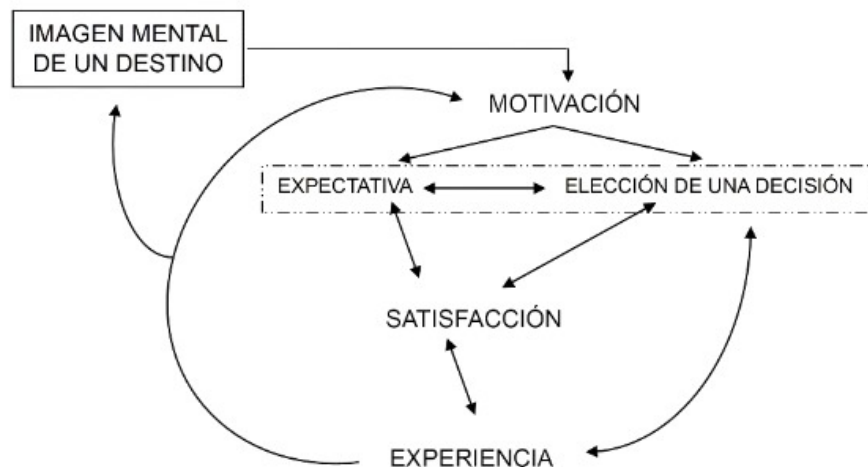


Fuente: Elaboración propia (2024)

b) La psicología ambiental considera las influencias del entorno físico en el comportamiento humano. De allí que, en cuanto al turismo, los hallazgos de la psicología ambiental y social se utilizan para comprender el comportamiento, las actitudes y las motivaciones de los turistas. Pero no solo eso, ya que se pone más énfasis en el amplio tema de la cognición que se refiere al pensamiento humano y el procesamiento de la información, pues proporcionan importantes herramientas conceptuales para la investigación y el análisis del turismo, revertiéndose en prestaciones de servicios de calidad. Un turista pasa su tiempo libre en el entorno que ha elegido, y es de alguna manera diferente al que está acostumbrado en la vida cotidiana; por eso, la psicología del turismo describe el perfil del turista a partir de un análisis de su comportamiento y acciones en dicho entorno "alternativo" o no cotidiano. La psicología del turismo, engranada a la posición ontológica de Bronfenbrenner, considera que los elementos clave para conocer el perfil de un turista son la motivación (sus necesidades), la expectativa, la toma de decisiones, la satisfacción y la experiencia, además de que incluyen el análisis de las relaciones (en y con sus entornos). No es sólo cuestión de la motivación, sino principalmente de la interconexión de las características individuales en las que la satisfacción y la insatisfacción forman retrospectivamente la imagen metálica o casi prismática de un destino, que posteriormente impulsa las necesidades del cliente y afecta a su motivación y acción posteriores, lo que debe llevar a quien le presta el servicio al turista de manera empática, tratar de controlar todos los detalles para que el resultado sea totalmente satisfactorio, positivo, tanto que se logre la fidelización de ese cliente o usuario turístico. A veces esto no es fácil, pues si son grupos grandes, habrá que manejar ciertas características semejantes (las básicas, gastronomía local, alojamiento de calidad, seguridad (para evitar delitos, robos, asaltos, abuso de estupefacientes o alcohol, vandalismo cultural y ecológico, indigencia social, otros), cultura local, experiencia activa (si la edad y su salud se lo permiten, en busca de aventura o adrenalina, el no conformismo, relax y bienestar, así como el prestigio social (vacaciones VIP o destinos de lujo) haciendo que las diferencias no sean notables.

Figura 4

Red de relaciones que forman una imagen mental de un destino turístico.



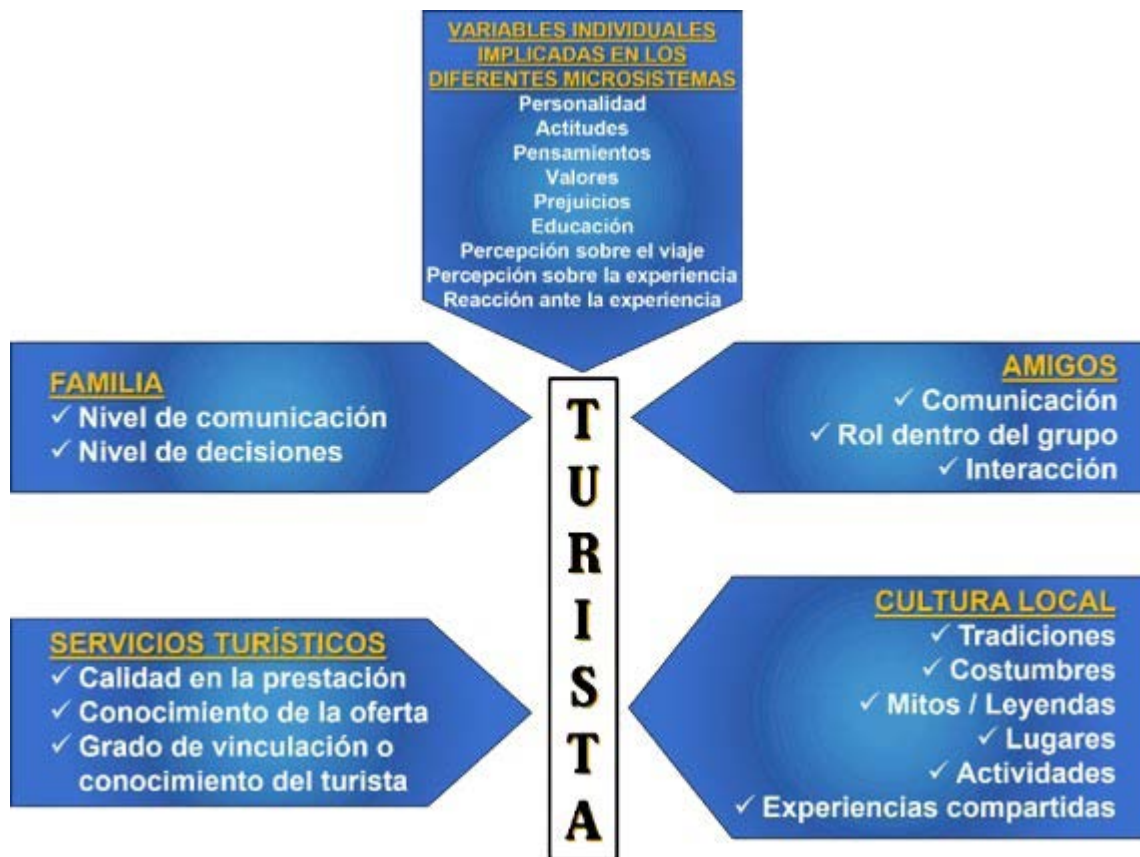
Elaborado por Eva Šimková (2014)

c) Los medios intrínsecos del turista (familia, amigos, servicios turísticos, la cultura local del lugar que visita) interactúan e influyen directamente en éste, pues le dan un abanico de posibilidades que le llevan a un proceso de toma de decisiones (personal, familiar, laboral).

Es por esto que la autora presenta un análisis de las variables implicadas en los diferentes contextos o situaciones que conforman el microsistema del turista. Es lo que influye, parafraseando a Esperanza Torrico Linares y otros (2002).

Figura 5

VARIABLES INDIVIDUALES implicadas en los diferentes contextos del turista.



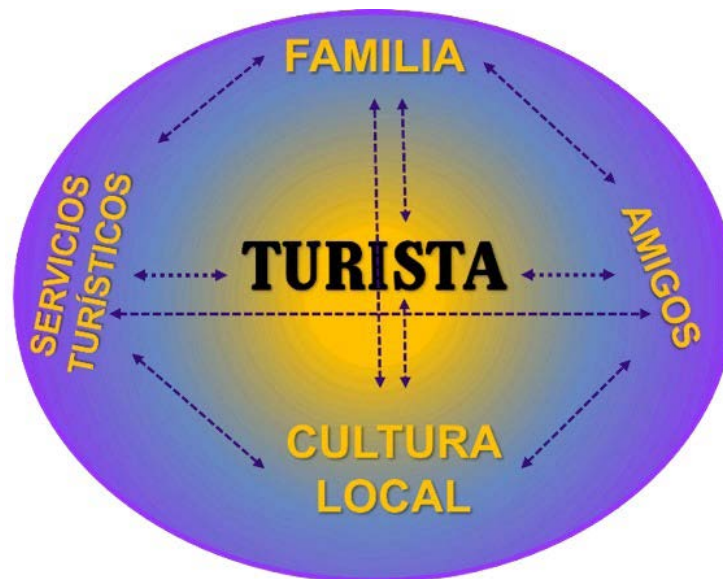
d) En caso de que el turista experimente un cambio significativo en su rol personal y éste le incida negativamente, su entorno igual crece con la interacción de otros ambientes. Esto es la llamada “transición ecológica” que se genera cuando la posición de una persona en el ambiente ecológico se modifica como consecuencia de un cambio de rol, de entorno o de ambos a la vez. Pues, según Bronfenbrenner (1979) “toda transición ecológica es consecuencia e instigadora de los procesos de desarrollo”.

2. El Mesosistema

También llamado sistema de microsistemas. Según Bronfenbrenner (1979) son “las interrelaciones de dos o más entornos en las que la persona en desarrollo participa activamente (familia, amigos, trabajo, vida social), la cual se forma o amplía cuando la persona entra en un nuevo entorno”. Es la interacción entre los diferentes ambientes en los que está inmerso el turista, y que se dan al mismo tiempo.

Figura 6

Interrelaciones entre y con los diferentes ambientes en los que está inmerso el turista.



Fuente: Elaboración propia.

En el mesosistema se consideran las siguientes interrelaciones:

1) Flujo de información:

1.1) Grado y tipo de comunicación e información entre el prestador de servicios turísticos y la familia; en caso de que el turista no pueda o delegue su decisión a algún familiar o que sea un obsequio y desconozca el producto en sí;

1.2) Grado y tipo de comunicación y/o información entre el prestador de servicios turísticos y la cultura local, pues cada turista debe recibir los contextos que conforman su experiencia, para no caer en discrepancia en los entornos al visitar o degustar (en la experiencia misma);

1.3) Grado y tipo de conocimiento e información entre los que acompañan al turista (si va en grupo o con amigos) y el turista mismo, igualmente para que el disfrute sea totalmente congruente.

2) Potenciación de conductas apegadas a las normas:

Adecuación entre las instrucciones del prestador de servicios turísticos y las prácticas normadas según el riesgo que implique el tipo de actividades. Así se previenen accidentes y se evita el estrés innecesario.

3) Satisfacción de necesidades sociales, según plantea la psicología del turismo:

Las necesidades sociales parten del hecho de que un turista sea parte de un grupo en particular (no solo un grupo de turistas), sino quizás también de residentes locales. Si una comunidad local está involucrada en el negocio del turismo, la psicología del turismo monitorea la hospitalidad, o más bien cómo promocionarse de manera efectiva, pero sin complacer, cómo resolver (o más bien prevenir) posibles conflictos entre individuos o grupos. También puede ser el sentimiento de pertenencia a una comunidad residencial en particular, las tradiciones, hábitos o relaciones locales.

En este aspecto la autora resalta que, en el caso de los turistas (esto se aplica especialmente cuando hay un grupo de personas que viajan juntas en una ocasión especial, como vacaciones), es la sensación temporal

de ser parte de un grupo, es decir, parte de un grupo de turistas, porque la idea central del turismo, y a veces también el principal motor de los viajes, se basa en conocer a otras personas de diversos países, lugares o culturas, e intercambiar sus propias experiencias, actitudes o valores personales. Sin embargo, este tipo de viajes organizados, con horarios perfectamente diseñados (hay que cumplir con los horarios exactos o se pierde la oportunidad), pueden acabar en un estrés no deseado, que puede convertirse en un desencadenante de comportamientos antisociales. De manera similar, puede surgir una acción negativa, y también en el caso de viajes en grupo, si se requiere que las personas se adapten a otras (como personas menos activas físicamente o personas discapacitadas).

3. El Exosistema y el Macrosistema

Dice Bronfenbrenner (1979) que el exosistema “es uno o más entornos que no incluyen a la persona en desarrollo como participante activo, sino que en los cuales se producen hechos que afectan a lo que ocurre en el entorno que comprende a la persona en desarrollo”, o que se ven afectados por lo que ocurre en ese entorno (lugar de trabajo de la pareja, grupo de amigos de la pareja; si es un grupo de turistas, los más cercanos, otros). Son factores de incidencia indirecta en la vida del turista, en el contexto del viaje:

- a) Influencia de las redes sociales: según haya sido el proceso decisorio del turista, así también será la reacción de los que lo rodean (amigos, conocidos, compañeros de trabajo, marketing turístico) del microsistema familiar o de amigos a los que el turista no conoce. Habrá buenos o malos comentarios acerca de a dónde el turista escogió adquirir el producto de su viaje.
- b) Satisfacción con las relaciones que el prestador de servicios turísticos hace con otros aspectos de la cultura local. Se debe garantizar que el personal de prestadores cuente con los recursos necesarios para satisfacer la necesidad o deseo del turista en donde este se encuen-

tre, siempre apoyados en altos niveles tanto técnicos, tecnológicos como humanos, lo cual repercutirá positivamente en la atención integral a sus turistas.

En relación al macrosistema o el aspecto más exógeno en cuanto a los entornos y los contextos de la persona o del turista, se refiere a la influencia de factores ligados a las características de la cultura y el momento histórico-social.

Entre grupos sociales diferentes, los sistemas constitutivos pueden presentar notables diferencias. Analizando y comparando los micros-mesos y los ecosistemas que caracterizan a distintas clases sociales, grupos étnicos y religiosos o sociedades enteras, es posible describir sistemáticamente y distinguir las propiedades ecológicas de estos contextos sociales” (Bronfenbrenner, 1979, pp 27-28).

Figura 7

Relaciones entre el turista y su macrosistema.



Fuente: Elaboración propia (2024)

1) Evaluación necesaria de las prácticas de las empresas de prestación de servicios turísticos, referente a:

- Frecuencia de visitas a un lugar específico
- Derecho a elegir los servicios que quiera cada turista
- Horarios en los que se prestan los servicios.

A mayor poder adquisitivo tenga el turista o del que disfrute, mayores recursos turísticos tendrá disponibles.

2) Las actividades que el turista percibe en sus entornos de viaje están en función de la imagen o imágenes que la sociedad tenga de la experiencia, sustentada mayormente por el manejo que le den los medios de comunicación y del marketing turístico que se da en las redes sociales.

3) Las políticas gubernamentales y las privadas en turismo determinan las áreas establecidas como prioritarias (tanto a nivel del disfrute del turista como a nivel operativo y de investigación por parte de la superestructura y la infraestructura turística), ya que la calidad de la prestación de los servicios turísticos y de la atención al turista se basan en estas variables.

4) Bronfenbrenner señala que la cultura, la religión y la etnia de una persona (un turista, en este caso de análisis) influyen en el resto de niveles (micro, meso y exosistema) de su propio ambiente ecológico.

Reflexiones finales

Para terminar, se puede inferir que, dentro de la actividad turística, la persona o turista mismo, está dentro del proceso de desarrollo humano, pues al tener contacto con entornos que para él o ella no le son habituales, con distintas culturas (costumbres, tradiciones, comidas diferentes, lugares desconocidos o no tan conocidos), juega un rol protagónico dentro del contexto: viaje = experiencia = emociones = recuerdos. La psicología ha venido siendo muy específica en cuanto a lo referente al turismo. Los prestadores de servicios turísticos deben ahondar en el conocimiento de al menos los deseos o actitudes básicas de sus clientes, considerando

normas e instrucciones para evitar experiencias negativas o no deseadas, considerando también que muchas veces el marketing turístico no contribuye a prevenir o mitigar los daños ambientales (incluidos los entornos de cada turista), por ello es necesario que se incorporen estas líneas de pensamiento psicológicos para definir programas que incidan positivamente en iniciativas eco ambientales amigables en lo turístico, aprovechando las imágenes mentales que conllevan los destinos turísticos en cuanto a las interrelaciones entre todos los sistemas ya explicados y los componentes del turismo.

De allí que se propone la asistencia integral del turista aplicando el Modelo Ecológico de Bronfenbrenner, asumiendo todos estos elementos y características diferenciales de cada sistema, favoreciendo tanto la adaptación mental y emocional de la experiencia turística como la evolución adecuada de dicha experiencia.

REFERENCIAS

- BRONFENBRENNER, U., & Morris, P.A. (1998). The bioecological model of human development. In W.Damon, Handbook of child psychology. Vol. 1 New York, NY: Wiley & Sons.
- DYER, Pam et al. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28 (2), 409-422.
- KOTLER, P. (2000). *Marketing management*. (10th ed.). Praha: Grada Publishing, ISBN 80-247-0016-6.
- MONREAL, Mariona y GUITART Moisés. Consideraciones Educativas de la Perspectiva Ecológica de Urie Bronfenbrenner. 2012. *Contextos Educativos*. - Vol. 11 No. 1, Enero - Junio de 2013, págs. 79-92. <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/165>
- PEARCE, Philip y JAFARI, Jafar. (2011). *The Study of Tourism (Foundations from Psychology)*. Emerald Group Publishing, ISBN 9781849507424. Psychology. [on-line] Available at: <http://hotelmule.com/wiki/Psychology>.
- ROJAS RIVAS, María y ROJAS RIVAS, Marling (2018). Centros de investigación universitarios: Una orientación hacia la ecología del desarrollo humano. Universidad de Los Andes (4) <https://www.redalyc.org/journal/5530/553066143010/html/#:~:text=Ahora%20bien%2C>

%20dentro%20de%20lo,ecosistemas%20y%20los%20seres%20humanos. ŠIMKOVÁ, Eva (2014). Psychology and its applications in tourism. 4th World Conference on Psychology, Counseling and Guidance WPCPG-2013 (318).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813053433/pdf?md5=ee3842bde80bf0b4bca0b572b8c9e562&pid=1-s2.0-S1877042813053433-main.pdf>

TORRICO LINARES, Esperanza et al. (2002) El modelo ecológico de Bronfenbrenner como marco teórico de la Psicooncología. Anales de Psicología, Vol. 18, núm. 1. Universidad de Murcia, España (47-59). <https://redalyc.org/articulo.oa?id=16718103>



Atribución-NoComercial-SinDerivadas

Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.