



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

## Orientación en Turismo

### Presentación

La Orientación en Turismo ofrece a los estudiantes el acceso a marcos interpretativos para la comprensión y análisis de la actividad turística desde una perspectiva global, haciendo foco en el país y en la Ciudad de Buenos Aires. Vincula al turismo con la escuela, generando oportunidades para que los alumnos sean protagonistas de una actividad turística mediante el desarrollo de proyectos socio-comunitarios.

En esta orientación se propone comprender al turismo como una actividad productiva, resultado de una construcción histórica, que es capaz de generar beneficios sociales así como de afectar el entorno en el cual se desarrolla. Esta perspectiva implica comprender el turismo en relación con el desarrollo sustentable, y enfatiza su potencial para contribuir a la conservación y el aumento de la diversidad biológica y cultural.

En el trayecto formativo se recorren distintos enfoques, definidos por los campos de la producción y del conocimiento que conforman al turismo. Con este criterio, se analiza el surgimiento y evolución del turismo; sus efectos en el medio ambiente; su estructuración, dinámica e interrelación con los diversos sectores productivos de la sociedad; la esencia territorial del turismo y su estrecha vinculación con aspectos políticos, demográficos, económicos y ambientales; así como el papel gravitante que ejerce la comunicación para establecer un vínculo entre los turistas, prestadores turísticos y comunidad anfitriona.

Los bloques que integran la orientación son:

- Turismo y sociedad
- Servicios turísticos
- Turismo y territorio
- Comunicación turística
- Proyecto de turismo comunitario

En la Orientación en Turismo, se profundizan actividades y procesos relacionados con la búsqueda, selección y uso crítico de información de diversas fuentes, así como la elaboración, y comunicación de información en diferentes formatos. Se propicia el desarrollo de encuestas y entrevistas; la observación, exploración y experimentación; la práctica simulada y/o real de procesos y procedimientos característicos del servicio turístico; las visitas de campo y el análisis de estudios de caso. Asimismo, se promueve el desarrollo de capacidades y habilidades para la producción de comunicación turística; el uso responsable y creativo de las TIC; y la creación de espacios de participación, consulta, debate, reflexión y crítica propositiva, frente a problemáticas sociales y comunitarias vinculadas con el turismo.

### Marco normativo y antecedentes

La propuesta de la Orientación en Turismo se elabora a partir de la consideración del encuadre normativo nacional y los antecedentes curriculares relevantes de la escuela secundaria de la jurisdicción. En relación con la normativa nacional, se reconoce como marco el siguiente conjunto de normas y documentos nacionales:

- *Ley de Educación Nacional* Nº 26.206/06.
- *Lineamientos Políticos y Estratégicos de la Escuela Secundaria*, Res. CFE 84/09.
- *Orientaciones para la Organización Pedagógica e Institucional de la Educación Secundaria Obligatoria*, Res. 93/09.
- *Núcleos de Aprendizaje Priorizados*, Res. CFE 180/12.
- *Marco de Referencia para la Orientación en Turismo*, Res. CFE Nº 156/11.
- *Ley Nacional de Turismo* Nº 25.997.

En relación con los antecedentes a nivel jurisdiccional, se consideran, entre otros, los planes de estudio vigentes de las siguientes instituciones educativas:

- Bachillerato con Orientación en Turismo, ENS Nº 3, Bernardino Rivadavia, DEC. 3516/2004 - 6680/56.
- Bachillerato con Orientación en Turismo, ENS Nº 9, Domingo F. Sarmiento, Res. 1691/92.
- Bachillerato con Orientación en Turismo, Instituto Betania, RM 288/91.
- Especialización en Gastronomía, ENS Nº 2 DE 20. Res. SED 512/04.

### **Caracterización de la propuesta**

La Orientación en Turismo se caracteriza por profundizar, ampliar y contextualizar saberes desarrollados en el marco del ciclo básico que, desde diferentes aportes y perspectivas, se vinculan al potencial turístico de nuestro país, particularizando el conocimiento y la acción en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires. Considerando que el turismo constituye un “derecho social y económico de las personas por su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades”,<sup>1</sup> esta orientación propone a los estudiantes participar de la actividad turística, analizando de manera creativa la complejidad de su conformación como actividad de servicios. Asimismo, dado el carácter transversal del turismo, la orientación propone profundizar múltiples áreas de conocimiento, actuando como marco de referencia para la comprensión de la interdependencia entre los distintos ámbitos productivos y el entorno. Al mismo tiempo, persigue facilitar la eventual inserción en el mundo productivo y a la continuidad en los estudios superiores y/o universitarios. En este sentido, la orientación propone articularse con las diversas áreas de conocimiento propuestas en la Formación General del Ciclo Orientado de la NES. Por ejemplo, con las ciencias sociales, la orientación en Turismo encuentra múltiples puntos de contacto en materias como Historia, Geografía y Economía. En las ciencias naturales, se vincula con Biología. En lo que respecta a la Formación Ética y Ciudadana, la orientación favorece la formación en derechos humanos, en ciudadanía y política, y en el reconocimiento y valoración de identidades y diversidades culturales. Además de vincularse con asignaturas como Lengua y Literatura en cuanto a la formación en lectura y escritura, esta orientación se relaciona con Lenguas Adicionales, al



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

propiciar una perspectiva intercultural y plurilingüe, que favorece tanto la comprensión oral como la lectura, la producción oral, la escritura, la reflexión intercultural y sobre la propia lengua.

El trayecto formativo de la orientación sostiene la organización de los contenidos alrededor de los siguientes temas estructurantes:

- El análisis de los componentes y la dinámica del turismo como una actividad integrada, reconoce la existencia de un espacio en el que confluyen turistas y anfitriones, mediados por un conjunto de servicios que generan una experiencia favorable al intercambio cultural.
- Una aproximación territorial al turismo a través del análisis de la organización del espacio y la valorización de los atractivos. Recorre paisajes, territorios y procesos sociales asociados al desarrollo del turismo. Se interesa en la relación que se establece entre la actividad turística, las características del territorio en el que ésta se asienta y los aspectos políticos, demográficos, económicos y ambientales que la determinan. Enfatiza la responsabilidad ética de la planificación.
- Una introducción a la comunicación turística. Propone un análisis reflexivo de los procesos de comunicación como espacios de interacción social. Favorece el reconocimiento de la demanda turística y presenta una introducción a herramientas de promoción. Propicia el análisis y el diseño de distintos instrumentos de comunicación.
- El desarrollo de experiencias educativas que promuevan la solidaridad y la participación comunitaria y ciudadana en la resolución de los problemas locales vinculados al turismo. Se trata de iniciativas en las cuales los estudiantes ponen un conjunto de actividades articuladas entre sí, con el propósito de crear un producto o servicio turístico dirigido a satisfacer necesidades o resolver problemas específicos, dentro de los límites establecidos por un presupuesto, alcance y tiempo determinados.

### **Propósitos de la orientación**

- Proporcionar marcos interpretativos para comprender la actividad turística, mediante la integración de los factores socio-históricos, culturales y políticos intervinientes.
- Ofrecer múltiples y diversas oportunidades para identificar y reflexionar sobre los efectos del turismo en el medio ambiente socio-económico, natural y cultural, adoptando una postura ética y de responsabilidad social.
- Proveer marcos conceptuales que permitan enfocar a la actividad turística de manera integrada, reconociendo la interdependencia de los múltiples agentes y sectores productivos de la sociedad.
- Favorecer la identificación y valoración del patrimonio local, considerando las dimensiones geográfico-sociales, y su incidencia en el desarrollo del turismo.
- Brindar marcos conceptuales e interpretativos para comprender la relación turismo, cultura e identidad.

- Proveer múltiples y diversas oportunidades que permitan comprender la comunicación como espacio de interacción y participación de actores sociales, así como interpretar su incidencia en el desarrollo de la actividad turística.
- Propiciar la apertura a la diversidad cultural implícita en el doble rol de turistas y anfitriones, así como el compromiso con la calidad en la prestación de los servicios turísticos.
- Participar en el diseño e implementación de proyectos turísticos socio-comunitarios vinculados al turismo, que promuevan la solidaridad y la participación comunitaria y ciudadana en la resolución de los problemas locales.

### **Perfil del egresado**

El Bachiller en Turismo será capaz de:

- Conocer la importancia del turismo como actividad productiva, y reconocer sus efectos sobre el medio ambiente.
- Comprender al turismo como una actividad de servicios vinculada a la calidad.
- Identificar el patrimonio turístico del país y de la Ciudad de Buenos Aires, y reconocer la potencialidad del turismo para el rescate, conservación y valoración de la cultura y la identidad local.
- Desarrollar conocimientos, capacidades y habilidades que permitan continuar el aprendizaje y participar en actividades productivas desarrolladas en el marco de un proyecto educativo.
- Desarrollar producciones fluidas, orales, escritas, gráficas, visuales, y/o audiovisuales, utilizando vocabulario técnico específico, orientadas a turistas y actores de la comunidad.
- Comprender la comunicación y las TIC como medio de información, participación social y promoción de los servicios turísticos.
- Participar en el diseño e implementación de proyectos turísticos socio-comunitarios, que promuevan la participación ciudadana.
- Participar de manera respetuosa, abierta y colaborativa en la elaboración de producciones colectivas.

### **Bloques y ejes**

#### **Bloque**

Turismo y sociedad

#### **Ejes**

Desarrollo del turismo

Turismo y cultura

#### **Bloque**

Servicios turísticos

#### **Ejes**

Introducción al turismo

Segunda lengua adicional



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

Ejes electivos:

- Servicios de alojamiento
- Servicios de gastronomía
- Guía e interpretación turística

### **Bloque**

Turismo y territorio

#### **Ejes**

Espacio turístico y patrimonio

Turismo y planificación

### **Bloque**

Comunicación turística

#### **Ejes**

Marketing y promoción turística

Turismo, comunicación y participación

### **Bloque**

Proyecto de turismo comunitario

#### **Ejes**

Diseño del proyecto

Implementación del proyecto

## **Bloque: Turismo y sociedad**

### **Presentación**

Este bloque propone una aproximación al estudio del turismo, entendiendo que la actividad turística ocurre en un contexto histórico, atravesado por dimensiones políticas, sociales, culturales y ambientales. Implica analizar el objeto de estudio propio del turismo, los viajes y desplazamientos y sus motivaciones, el ocio y el tiempo libre, así como los medios de transporte, los servicios turísticos y el marco legal e institucional, entre otros elementos propios del turismo, todos ellos dentro del marco sociohistórico que los determina.

La interpretación de la actividad turística a través del tiempo y en distintos espacios propone que los estudiantes de la escuela secundaria profundicen en el conocimiento de las relaciones entre el turismo y la sociedad. El turismo es una actividad relativamente joven, que ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. Hoy, para la Organización Mundial del Turismo, este es uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El crecimiento sostenido, el surgimiento de nuevos destinos y la creciente diversificación del turismo a nivel mundial establece una relación estrecha de dicha actividad con el desarrollo, lo que convierte al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Al ser el turismo uno de los principales actores del comercio internacional, y representar al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países, se persigue que en este bloque los estudiantes analicen al turismo como una actividad que depende en gran medida del factor humano, y que al mismo tiempo favorece la generación de empleo y motoriza las empresas locales, estimulando el crecimiento de la economía del destino en general.

Asimismo, la propuesta de este bloque persigue mostrar que si bien el turismo aporta importantes beneficios económicos, puede también llevar asociados una serie de costos para la comunidad en la cual tiene lugar. La actividad turística pone en contacto a personas de diferentes entornos culturales y socio-económicos, lo que refuerza la identidad cultural e histórica de la comunidad anfitriona, impulsa el interés por el patrimonio local, favorece acciones para su conservación y restauración, así como la comprensión y tolerancia hacia diferentes culturas. Sin embargo, diversos aspectos socioculturales determinan un cierto “umbral de tolerancia” en las comunidades anfitrionas, que si es superado puede resultar perjudicial tanto para el destino como para los turistas, generando riesgos de deculturación y la mercantilización de la cultura. Es esta mirada desde el turismo sustentable la que se persigue en el desarrollo del bloque.

### **Propósitos de enseñanza**

- Proveer marcos interpretativos para la comprensión del surgimiento, desarrollo y crecimiento del turismo, considerando sus dimensiones sociohistóricas.
- Proporcionar un marco conceptual que permita visualizar la importancia del turismo como actividad productiva y su relación con el resto de los sectores productivos de la sociedad.
- Generar situaciones que permitan reconocer cómo el turismo impacta en el medio ambiente social y cultural.
- Ofrecer situaciones de enseñanza que faciliten la identificación del turismo en el rescate, conservación y valoración de la cultura y la identidad.

### **Objetivos de aprendizaje**

- Analizar la actividad turística en el marco de su dimensión sociohistórica.
- Identificar los beneficios sociales del turismo en los distintos niveles (local, nacional y global).
- Reconocer la influencia recíproca existente entre el turismo y el entorno social y cultural.
- Identificar las características del turismo cultural y reconocer su manifestación en la Ciudad de Buenos Aires, a nivel local y comunitario.
- Identificar acciones que pueden llevar adelante, tanto los turistas como la comunidad anfitriona, para contribuir a la protección, conservación y aumento de la diversidad cultural.



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

## **Ejes y contenidos**

### **Turismo y sociedad**

#### **Desarrollo del turismo**

Antecedentes y evolución del turismo desde una perspectiva sociohistórica mundial, latinoamericana y argentina, con énfasis en el período que se extiende entre mediados del siglo XIX y el presente.

El turismo: concepto y definiciones. El objeto de estudio de la historia del turismo: viajes y desplazamientos, motivaciones, el ocio y el tiempo libre a lo largo de distintas épocas históricas en el mundo.

El legado cultural de los pueblos originarios de América y de la Argentina, las culturas coloniales y valoración desde el turismo. La evolución del turismo en la Argentina: primeras agencias de turismo, las clases altas como los primeros consumidores del turismo, los destinos turísticos de las clases altas. Los inmigrantes y el desarrollo de bares, hoteles y restaurantes. La expansión de los ferrocarriles y su incursión en turismo y hotelería. La recreación en la Ciudad de Buenos Aires, los clubes, el Tigre y el Delta del Paraná. Ocio y recreación en la naturaleza; los Parques Nacionales y el turismo, desarrollo de la hotelería.

Cambios producidos a partir del ingreso de nuevos actores (clase media), el ingreso de las clases populares al turismo, el corrimiento de las clases altas hacia nuevos destinos. Turismo social. Institucionalización y expansión del turismo. Política y legislación turística, surgimiento de cámaras y asociaciones turísticas.

Los cambios en la forma de vida y los valores en las décadas de 1960, 1970 y 1980, y su correlato con las nuevas búsquedas en el turismo.

Turismo de sol y playa y crecimiento del turismo emisor. Las agencias convertidas en entes financieros durante la última dictadura militar (1976-1983). Los cambios de búsquedas en los mercados en las décadas de 1980 y 1990. El desarrollo de nuevos destinos, las agencias especializadas. Los cambios en los mercados pos devaluación, las nuevas formas de comercialización (Internet).

### **Turismo y cultura**

Antecedentes y evolución del concepto de cultura. La comercialización de la cultura. Cultura del turismo. El turismo como actividad cultural socialmente determinada. Cultura del turista, cultura de los prestadores turísticos. La aculturación y los efectos del turismo en las comunidades receptoras.

La relación entre turistas y anfitriones. El concepto de comunidad. Turismo cultural. Tipos de turistas. Evolución del concepto de identidad.

Preservación, conservación y recuperación del patrimonio histórico, memoria e identidad. Turismo, autenticidad y tradición.

Concepto de patrimonio. Preservación y conservación del patrimonio para el turismo. Valoración y revitalización del patrimonio, símbolos, bienes patrimoniales y lugares de memoria en la Argentina y en la Ciudad de Buenos Aires.

## **Bloque: Servicios turísticos**

### **Presentación**

En este bloque, se propone presentar distintos enfoques para analizar el turismo como una actividad socioproductiva integrada por un conjunto de servicios con características distintivas, que se hallan en interrelación con elementos de base territorial y social. Los atractivos turísticos, los recursos y productos turísticos, a su vez, interactúan con múltiples elementos y sectores productivos de la sociedad. Se persigue enfatizar la fuerte vinculación que existe entre los componentes del turismo y el medio físico-biológico, sociocultural y económico en el que se desarrolla, lo que le confiere un alto grado de apertura, dinamismo y vulnerabilidad.

Entre los sectores de servicios característicos del turismo, se destacan como campos de especialización formativa con mayor desarrollo los servicios de alojamiento, gastronomía y guía turística, a la vez que dichas áreas poseen una incumbencia específica desde el punto de vista productivo. De allí que este bloque propone focalizar de manera electiva en uno, dos o tres de ellos, según las preferencias, identidad y trayectoria de cada institución:

- Servicios de alojamiento.
- Servicios de gastronomía.
- Servicios de guía e interpretación turística.

En las dos primeras alternativas, se analizan las características, tipología, y estructuración de los servicios a nivel local y nacional, poniendo énfasis en el entorno inmediato de los estudiantes. Asimismo, se estudian las áreas de servicio, los procesos que los caracterizan, los elementos distintivos, y se introducen aspectos de su gestión y administración. Tanto el eje de servicios de alojamiento como el de gastronomía presentan un enfoque general, al tiempo que persiguen un acercamiento específico a las problemáticas locales, sus características y elementos distintivos y propios de la Ciudad de Buenos Aires. Abarcan también, de manera introductoria, aspectos institucionales y legales con énfasis local, y focalizan en los componentes que caracterizan la calidad en el servicio. Se pone de relieve el análisis de cada uno de los servicios, enfocándose en la perspectiva del desarrollo local comunitario.





Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

El eje de guía e interpretación turística persigue introducir a un estudiante de la escuela secundaria en los conocimientos básicos y habilidades propias de un guía de turismo especializado en la Ciudad de Buenos Aires, por lo que profundiza en aspectos vinculados a la historia, la geografía, el patrimonio, el transporte y la comunicación de la Ciudad, así como en conocimientos, técnicas y habilidades para la atención al turista y el manejo de grupos.

Dependiendo de cada proyecto curricular institucional y de la estructuración de unidades curriculares que se seleccionen o construyan, es factible en este bloque implementar prácticas profesionalizantes, mediante las cuales los estudiantes podrán combinar la teoría con la práctica real, vinculándolos de manera directa al mundo del trabajo. Este tipo de propuesta persigue producir articulaciones sustantivas entre una introducción a la formación académica y una aproximación a los requerimientos y problemas emergentes, tanto del contexto comunitario como del campo profesional y laboral. Al reconocer que el turismo constituye una actividad en la que se favorece el intercambio con otras culturas, el bloque promueve el desarrollo de habilidades que faciliten la comunicación con personas y grupos hablantes de una segunda lengua adicional, además de la reflexión sobre sus prácticas y convenciones sociales y culturales.

### **Propósitos de enseñanza**

- Proporcionar un marco interpretativo para la comprensión del turismo como una actividad en permanente evolución, que se desarrolla en un espacio determinado y se caracteriza por estar integrada por múltiples agentes, bienes, servicios y factores interdependientes.
- Facilitar la identificación de los servicios que caracterizan al turismo, reconocer sus procesos distintivos e introducir a conceptos de su gestión de manera integrada, en el marco del desarrollo local comunitario.
- Brindar oportunidades para comprender diversos enfoques del concepto de calidad en turismo e identificar sus particularidades en los distintos tipos de servicios turísticos.
- Promover el desarrollo de habilidades y actitudes que faciliten la comunicación con personas y grupos hablantes de una segunda lengua adicional.

### **Objetivos de aprendizaje**

- Describir desde diversos enfoques los múltiples elementos que integran la actividad turística, los agentes del turismo, los subsectores y los componentes del espacio físico biológico y social que lo conforman.
- Identificar los componentes característicos de los subsectores del turismo, reconocer sus procesos y elementos de gestión en el marco del desarrollo local comunitario.
- Reconocer y evaluar los elementos que conforman la calidad y cómo gestionarla en los diversos subsectores del turismo.
- Reconocer y valorar la segunda lengua-cultura adicional como instrumento de comunicación e identificación cultural.

## **Ejes y contenidos**

### **Servicios turísticos**

#### **Introducción al turismo**

El turismo: modelos y enfoques teóricos, componentes y formas del turismo: receptivo, emisor, doméstico, internacional.

La demanda turística: concepto y tipologías. Concepto económico de la demanda turística. Factores que determinan el concepto de demanda turística. Psicología del turismo. Las motivaciones del viaje y del turista. Sociología del turismo. Las vacaciones y el tiempo libre. Tipos de turismo. La estacionalidad. Flujos turísticos.

La oferta turística: definición, concepto y componentes. Planta turística, atractivos, definición y clasificaciones. Equipamiento: concepto y clasificaciones (alojamiento, gastronomía, actividades de ocio y recreación). Otros servicios (guía, agencias de viajes, transporte, comunicación, seguridad). Instalaciones: concepto y tipologías. Infraestructura: accesos, transporte, agua, energía, tratamiento de aguas y residuos.

La oferta turística integrada. Los servicios turísticos en el marco del desarrollo local comunitario.

#### **Servicios de alojamiento** (eje opcional)

Concepto de servicio, servicios de alojamiento, evolución y desarrollo, características y tipologías. Modalidades de turismo y de alojamiento.

Turismo, desarrollo comunitario y emprendimientos de turismo. Servicios de hospitalidad de base comunitaria. La integración de los servicios.

Introducción a la gestión de emprendimientos.

Enfoques de calidad turística, los factores de la calidad. Características y cultura del servicio.

Calidad, autenticidad, armonía y equilibrio. Calidad, procesos y gestión de la calidad.

Organización institucional del servicio de alojamiento en el país y en la CABA, introducción a las normas y regulaciones. Caracterización de los servicios de alojamiento en la CABA y territorio nacional. Registros y estadísticas.

#### **Servicios de gastronomía** (eje opcional)

Introducción al servicio de gastronomía. Características y tipología de establecimientos. Normas y regulaciones. Registros y estadísticas. Servicios de gastronomía en la CABA y en el territorio nacional.

Procedimientos para la elaboración y la presentación de productos gastronómicos.

Operaciones básicas de manipulación, conservación y presentación de alimentos.

Normas de seguridad e higiene.

Aprovisionamiento, almacenamiento y despacho de alimentos.



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

Buenas prácticas y gestión de la calidad en el servicio gastronómico. Calidad, autenticidad, armonía y equilibrio. Calidad y procesos; cadena del servicio, atención al cliente, sistemas de calidad. Certificaciones, distinciones, reconocimientos y categorizaciones.

### **Guía e interpretación turística (eje opcional)**

Aspectos distintivos de la historia, situación actual e identidad de la Ciudad de Buenos Aires, su patrimonio urbano y cultural. Ubicación y características de los valores patrimoniales de la Ciudad. Medidas de protección patrimonial, hábitos y conductas del turista.

Ubicación, historia y características identitarias del espacio público turístico de la ciudad, plazas, parques, plazoletas, paseos y jardines; ubicación general y nociones de la conformación de los barrios de Buenos Aires, espacios verdes y reservas.

Transporte y movilidad. Ubicación del puerto y configuración de la red de transporte urbano: nodos y vías, el ferrocarril, el subterráneo, automóviles y autobuses. El transporte aéreo.

Economía general de la Ciudad de Buenos Aires desde el enfoque del turismo; el empleo, el comercio y la industria, la relación entre Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.

Organización institucional de turismo en la Ciudad de Buenos Aires. Legislación. Circuitos turísticos de la Ciudad.

Técnicas de comunicación y manejo de grupos.

Atención al cliente y calidad en el servicio.

### **Segunda lengua adicional**

Las prácticas sociales de comprensión: escucha y comprensión, lectura y comprensión.

Las prácticas sociales de producción: producción oral, producción escrita.

Aspectos lingüísticos.

Aspectos pragmático-discursivos.

Aspectos culturales.

### **Bloque: Turismo y territorio**

#### **Presentación**

El bloque propone una aproximación a la actividad turística desde la geografía, mediante el estudio de los componentes sociales, económicos y ambientales del turismo. Esto implica el análisis de aspectos territoriales y ambientales que condicionan, y a su vez, son afectados por la actividad turística.

Con este propósito, el bloque introduce al estudio de la localización de las actividades turísticas, los elementos espaciales y las regiones turísticas. Propone presentar de manera introductoria elementos para interpretar la evolución y el dinamismo de un espacio a la luz de los componentes territoriales, económicos, sociales y ambientales del propio espacio y del

contexto. Abarca la geografía turística nacional, local y regional, estudia los factores naturales, políticos y demográficos que inciden en la ocupación y la organización del territorio.

Analiza, por ejemplo, los elementos de la territorialidad del turismo como la motivación, los desplazamientos, los espacios turísticos y los procesos de desarrollo, así como también la distribución territorial de la actividad. Estudiando factores como la intensidad del movimiento turístico, el carácter regional de la estructura espacial, la asimetría y desigualdad del turismo como resultado de la localización concentrada de los espacios turísticos emisores y receptores.

Aborda el concepto de patrimonio, su relación con el turismo y sus usos, identificando las distintas categorías patrimoniales y sitios a nivel nacional y local. Propone, asimismo, la identificación de las áreas protegidas de la Argentina y su vinculación con el turismo.

A lo largo del bloque, se persigue que los estudiantes comprendan la estrecha relación que existe entre turismo y diversidad natural y cultural, a la vez que puedan identificar los principales efectos del turismo en el ambiente, considerando que la actividad se nutre y desarrolla en entornos que tienen límites propios. Finalmente, el bloque muestra que el turismo puede ser una herramienta poderosa a la hora de crear efectos positivos sobre la biodiversidad, presentando una aproximación a la gestión ambiental del turismo para la protección y conservación del medio ambiente.

Sin la pretensión de abarcar la complejidad que implica la planificación turística propia de la práctica profesional y de los estudios del nivel educativo superior, el último eje del bloque presenta una introducción al conocimiento de enfoques y estrategias para el diseño y gestión del espacio turístico. Se presenta una aproximación al estudio de la ordenación, la planificación y la gestión de los espacios turísticos como herramientas para articular el territorio con la actividad de manera equilibrada. Abarca el marco territorial específico de la Ciudad de Buenos Aires e identifica estrategias de planificación turística en el marco legal e institucional nacional y local.

### **Propósitos de enseñanza**

- Promover la comprensión de la estructura espacial de los destinos turísticos mediante la interpretación de los procesos e interacciones sociales, económicas y ambientales que los producen.
- Proporcionar marcos para la identificación de los factores de localización territorial y ambiental que se producen en la implantación turística en el marco del territorio nacional y de la Ciudad de Buenos Aires.
- Ofrecer herramientas para identificación, localización y representación territorial de los espacios turísticos, sitios patrimoniales y áreas protegidas a nivel nacional y local.
- Brindar elementos para introducir al análisis de la ordenación, la planificación y la gestión de los espacios turísticos como herramientas para articular de manera equilibrada el territorio con la actividad turística.



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

### **Objetivos de aprendizaje**

- Comprender la estructura espacial de los destinos turísticos a partir del análisis de los procesos e interacciones sociales, económicas y ambientales que los producen.
- Identificar los factores de localización territorial y ambiental que se producen en la implantación turística, en el marco del territorio nacional y de la CABA.
- Identificar, localizar y representar territorialmente los espacios turísticos, sitios patrimoniales y áreas protegidas a nivel nacional y local.
- Analizar la ordenación, la planificación y la gestión de los espacios turísticos como herramientas para articular de manera equilibrada el territorio con la actividad turística.

### **Ejes y contenidos**

#### **Turismo y territorio**

##### **Espacio turístico y patrimonio**

**Dimensión política.** Procesos histórico-políticos en la construcción de los territorios turísticos, fragmentación e integración, la configuración del mapa turístico: desarrollo local, nacional y regional. Cartografía: representaciones de configuraciones territoriales, visiones e intereses sociales. Relaciones internacionales, organizaciones supranacionales, actores y movimientos sociales vinculados al turismo.

**Dimensión demográfica.** Estructura, dinámica y distribución de la población en los espacios turísticos, desequilibrios. Tendencias actuales del crecimiento demográfico y de la movilidad espacial de la población, motivaciones, políticas socio-demográficas, políticas turísticas e impactos territoriales. Configuración del espacio turístico, actores sociales, motivaciones y problemáticas socio-territoriales. Turismo y desarrollo equilibrado.

**Dimensión económica.** Organización territorial del turismo, población residente y beneficios económicos, redes y flujos de transporte, circulación de bienes, servicios, personas, capitales e información, la economía globalizada y de los procesos de integración regional.

**Impactos del turismo en el medio ambiente.** Degradación de los recursos naturales (agua, energía, suelo y paisaje). Demanda de recursos, estructura, propiedades e impacto ambiental de los materiales manufacturados y sintéticos utilizados en turismo. Contaminación debida al turismo: emisiones, cambio climático, huella ecológica y huella de carbono; ruido; residuos sólidos urbanos; aguas residuales; contaminación visual; reacciones químicas involucradas en procesos vinculados al turismo. Impactos físicos relacionados con la actividad turística: construcción y desarrollo de infraestructura, deforestación y uso intensivo del suelo, instalaciones turísticas y sendas.

El turismo como herramienta de conservación. Legislación ambiental. Turismo responsable. Áreas protegidas, turismo y conservación. Turismo y sensibilización ambiental. Riesgo vulnerabilidad; el impacto de desastres y catástrofes en el turismo. Medidas de prevención y mitigación desde el sector turismo.

#### **Turismo y planificación**

Enfoques de planificación. La planificación territorial y la planificación del turismo. Niveles de planificación. La planificación a nivel local.

Relaciones comunitarias y procesos de participación social. Introducción a las estructuras, etapas e instrumentos de planificación.

El rol del Estado, las organizaciones y la responsabilidad social en el desarrollo del turismo. Ética social y ambiental en el turismo, principios y valores, códigos y conductas de ética para la actividad turística.

La organización institucional del turismo a nivel nacional y en la Ciudad de Buenos Aires. Órganos de regulación y control. Introducción a la legislación turística. Articulación público/privada. La organización del turismo a nivel barrial y comunitario; tipos de servicio y prestadores.

Marco territorial de la CABA. Ubicación, límites, accesos, medios de transporte, accesibilidad turística (puertos, aeropuertos, terminales de buses). Planificación del turismo en la Ciudad. Instituciones y articulación. Legislación.

## **Bloque: Comunicación turística**

### **Presentación**

Este bloque presenta una introducción al marketing y la promoción turística, así como a los procesos de comunicación e información aplicados al turismo, al tiempo que persigue desarrollar habilidades para que los alumnos puedan elaborar información en variados formatos y lenguajes de medios.

El bloque se desarrolla en dos ejes, el primero de los cuales propone una aproximación a las herramientas de marketing y promoción turísticas. En tanto el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos de personas o individuos satisfacen sus necesidades mediante la creación e intercambio de bienes y servicios, el marketing turístico se propone como el proceso de identificar a los potenciales clientes, comprender sus necesidades y deseos, y diseñar productos para satisfacerlos. Al abordar este eje, es de esperar que los estudiantes puedan no solo identificar y comprender estos conceptos, sino también iniciarse en el diseño de acciones de marketing turístico aplicadas a escala escolar.

De la misma manera, se propone que los alumnos puedan abarcar aspectos relacionados con la promoción y distribución del producto turístico, entendido este como un proceso de intercambio entre el proveedor de servicios y el turista. Considerando que las relaciones tradicionales del mercado turístico actualmente están atravesadas por las tecnologías de la información que favorecen el intercambio inmediato entre el proveedor del servicio, los operadores y turistas, en los procesos de información y reserva, el eje propone introducir el conocimiento de algunas de las herramientas clave en este proceso.

El segundo de los ejes aborda el análisis de medios y objetos comunicacionales turísticos en distintos lenguajes y canales dirigidos a la comunicación de instituciones, emprendimientos o eventos de carácter turístico.



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

Persigue, asimismo, que los estudiantes apliquen técnicas de comunicación para la elaboración de material de comunicación turística, priorizando la diversidad en cuanto a objetivos, públicos y soportes.

El eje busca también introducir a los estudiantes en el estudio de la aplicación de instrumentos de comunicación, entendida esta como un espacio de interacción entre actores insertos en una determinada práctica social. Desde esta perspectiva, se propone darle a la comunicación el lugar de generador de vínculos y espacios de relación entre los actores sociales, lo que permite servir como introducción al estudio de teorías, métodos y dispositivos de comunicación que faciliten la participación social y el ejercicio de la ciudadanía, en relación con el sector turismo.

#### **Propósitos de enseñanza**

- Introducir a los estudiantes al estudio del marketing, la promoción y la comunicación, y reconocer su aplicación en el campo del turismo.
- Introducir a los alumnos en el análisis de la demanda turística para diseñar actividades de segmentación, posicionamiento y promoción.
- Promover actividades que enfatizen la relación entre la producción e interpretación de los procesos comunicacionales.
- Brindar oportunidades para el análisis de las TIC en la gestión del conocimiento y la comercialización de la actividad turística.
- Propiciar el conocimiento de lenguajes, soportes y tecnologías de la comunicación para el análisis y la producción de procesos comunicacionales aplicados al turismo.
- Ofrecer múltiples y diversas oportunidades para la elaboración de objetos comunicacionales a través de distintos medios (radio, video, gráfica, fotografía, sitios web) dirigidos a fomentar la participación comunitaria, así como la promoción de instituciones, emprendimientos o eventos de carácter turístico.

#### **Objetivos de aprendizaje**

- Identificar y comprender conceptos, enfoques y posicionamientos del campo del marketing, promoción y comunicación turística.
- Identificar mercados y analizar la demanda turística para diseñar actividades de segmentación, posicionamiento y promoción de productos turísticos.
- Analizar las TIC para la gestión del conocimiento y la comercialización de la actividad turística.
- Conocer distintos lenguajes y soportes para la producción de procesos comunicacionales aplicados al turismo.
- Elaborar objetos comunicacionales a través de distintos medios (radio, video, gráfica, fotografía, sitios web) dirigidos a fomentar la participación comunitaria, así como la promoción de instituciones, emprendimientos o eventos de carácter turístico.

## **Ejes y contenidos**

### **Comunicación turística**

#### **Marketing y promoción turística**

Conceptos de marketing aplicados al turismo: necesidades, deseos y demanda. Tipos de demanda turística. Productos turísticos. La intangibilidad en turismo. Mercado y tendencias. La demanda turística: el turismo a nivel internacional, nacional y local. Demanda turística de la Ciudad de Buenos Aires. Turismo receptivo nacional e internacional, perfiles de mercado, datos estadísticos, comportamiento y hábitos de consumo. Barrios visitados por turistas. Enfoques y estrategias de marketing turístico. Análisis del mercado y la competencia, segmentación, diferenciación del producto. Diseño del producto turístico: identidad, imagen y marca. Posicionamiento del producto turístico. Estrategia de precio, promoción y ventas.

#### **Turismo, comunicación y participación**

Proceso de comunicación, comunicación interpersonal, relaciones públicas y protocolo, comunicación intercultural, comunitaria e institucional. Negociación, información y divulgación. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la actividad turística. TIC y gestión del conocimiento. Sistemas de gestión y comercialización. Introducción a la producción en comunicación aplicada a la actividad turística: gráfica (periódicos y revistas institucionales o comunitarias), radial (guiones, programas para una radio local o para ser subidos a Internet), audiovisual (guiones, trabajo en diversos géneros: noticiero, magazine, espectáculo deportivo, ficciones, animaciones, documentales, etcétera), fotográfica (documental, artística y/o periodística), publicitarias, multimedial y digital (desarrollo de páginas web, blogs, etcétera), textos de distintos géneros vinculados al campo del turismo (crónicas, noticias, ensayos, afiches, guiones, entrevistas, editoriales, notas de opinión, entre otros).

### **Bloque: Proyecto de turismo comunitario**

#### **Presentación**

En este bloque se persigue que los estudiantes puedan poner en práctica los conocimientos adquiridos en la orientación al servicio de necesidades concretas de la comunidad mediante el desarrollo de experiencias educativas que promuevan la solidaridad y la participación comunitaria y ciudadana en la resolución de los problemas locales vinculados al turismo. Se trata de iniciativas en las cuales los estudiantes ponen un conjunto de actividades articuladas entre sí con el propósito de crear un producto o servicio turístico, dirigido a satisfacer necesidades o resolver problemas específicos, dentro de los límites establecidos por un presupuesto, alcance y tiempo determinados.





Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

El bloque está organizado en dos ejes estructurados de manera complementaria y sucesiva, que corresponden al relevamiento y diseño del proyecto (el primer eje), y a su ejecución concreta, seguimiento y evaluación (el segundo eje), siguiendo la metodología de proyectos.

El primero de los ejes presenta la metodología para la elaboración de proyectos socio-comunitarios, entendiendo como proyecto una actividad temporal que se asume con el objeto de crear un producto, servicio o resultado específico. En este contexto, los proyectos comprenden un conjunto de actividades articuladas entre sí que se proponen con el fin de producir determinados bienes, servicios o resultados, dirigidos a satisfacer necesidades o resolver problemas, dentro de los límites de un presupuesto y de un período de tiempo dados. Bajo este concepto, la etapa de diseño de proyecto persigue que los estudiantes puedan describir las razones por las que se necesita realizar el proyecto, sus finalidades, qué se espera obtener del proyecto como resultado, quiénes son los beneficiarios, cuáles son las actividades necesarias, los recursos y los responsables. Forma parte también de esta etapa la definición del cronograma de ejecución.

El segundo de los ejes abarca la implementación del proyecto en sí mismo, es decir, la puesta en práctica del diseño del proyecto, su seguimiento, ajustes y monitoreo, mediante el establecimiento de metas e indicadores.

Con el objeto de que el proyecto responda a necesidades reales de la comunidad y active estrategias acordes, se propone que las instituciones educativas establezcan vínculos con organizaciones del sector turístico, tanto del ámbito público como privado o de la sociedad civil, que le permitan articular su diseño y ejecución.

### **Propósitos de enseñanza**

- Introducir a los estudiantes a la metodología de proyectos y reconocer las problemáticas que constituyen su campo de estudio.
- Promover actividades que faciliten la identificación y priorización de problemáticas en el entorno escolar y/o comunitario vinculadas al turismo.
- Propiciar el conocimiento de conceptos y estrategias para la planificación de las distintas fases, etapas y componentes de un proyecto en turismo comunitario dirigido a resolver las problemáticas identificadas.
- Facilitar la articulación del proyecto con personas individuales y/o grupos organizados del sector turismo y de la sociedad civil para la implementación del proyecto.
- Ofrecer múltiples y diversas oportunidades para la ejecución monitoreo y evaluación del proyecto.

### **Objetivos de aprendizaje**

- Reconocer los conceptos y estrategias de la metodología de proyectos e identificar las problemáticas que constituyen su campo de estudio.

- Identificar y priorizar problemáticas en el entorno escolar y/o comunitario vinculadas al turismo.
- Elaborar las distintas fases, etapas y componentes de un proyecto en turismo comunitario dirigido a resolver las problemáticas identificadas.
- Participar en la articulación del proyecto con personas individuales y/o grupos organizados del sector turismo y de la sociedad civil y en la implementación del proyecto.
- Diseñar indicadores, metodologías e instrumentos de medición para el seguimiento y evaluación del proyecto.

## **Ejes y contenidos**

### **Proyecto de turismo comunitario**

#### **Diseño del proyecto**

Introducción a la metodología de proyectos.

Relevamiento y análisis de situación, necesidades y motivaciones de la comunidad vinculadas al turismo; potencial turístico del entorno cercano.

Selección y definición del problema/necesidad, delimitación del alcance. Fundamentación y finalidad. Determinación de objetivos.

Beneficiarios directos e indirectos. Definición de productos, actividades e insumos. Responsables y estructura administrativa. Determinación de recursos humanos, físicos y económico-financieros. Modalidades de operación, cronograma y pre-requisitos.

#### **Implementación del proyecto**

Articulación con personas individuales o grupos organizados del sector para la ejecución del proyecto.

Implementación del proyecto.

Seguimiento y ajustes: indicadores e instrumentos de medición (observación, pruebas, entrevistas, etcétera).

Evaluación de resultados.

### **Formas de conocimiento y técnicas de estudio**

La educación secundaria requiere la apropiación, por parte de los estudiantes, de distintas formas de conocimiento y técnicas de estudio. Algunas de ellas son compartidas por diversas asignaturas, como por ejemplo el análisis de texto, la elaboración de resúmenes y síntesis, la lectura de gráficos. Sin embargo, hay modos de conocer que adquieren especificidad en el marco de las diferentes orientaciones. En la Orientación en Turismo cobran particular relevancia:

- Búsqueda y organización de información de diversas fuentes: libros, informes técnicos, páginas web, artículos académicos, revistas, periódicos, medios digitales, soportes de video, audio, películas, etcétera.



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

- 
- Elaboración, lectura y uso de líneas del tiempo que permitan comprender la evolución del turismo y contrastarla con acontecimientos históricos relevantes a nivel local, nacional e internacional.
  - Representar las características de los diversos tipos de sociedades a lo largo del tiempo y su relación con el turismo, mediante distintas producciones relacionadas con el campo del diseño, las artes visuales, el teatro, la música, los medios digitales, entre otros.
  - Interpretar estadísticas, gráficos, cuadros e indicadores que manifiesten la evolución del turismo.
  - Construir indicadores y estadísticas propias del turismo aplicables a nivel escolar.
  - Realizar encuestas y entrevistas a actores sociales relevantes que permitan analizar la evolución del turismo a lo largo del tiempo.
  - Observación, exploración y experimentación; uso y/o desarrollo de simulaciones y modelizaciones en soporte físico y digital para comprender los efectos del turismo en el medio ambiente.
  - Recolección, registro y procesamiento de datos; análisis y discusión de resultados; elaboración y comunicación de conclusiones y/o la generación de hipótesis que involucren situaciones de trabajo colaborativo en el estudio de la situación actual de determinados aspectos de la actividad turística, así como comprender los impactos del turismo.
  - Relevamiento y análisis de los distintos componentes (oferta, demanda, atractivos) del sistema turístico, en un contexto determinado.
  - Práctica simulada y/o real de los procesos y procedimientos característicos de un servicio turístico (alojamiento, gastronomía, guía turístico).
  - Visitas de campo, entrevistas con agentes y organizaciones de turismo vinculadas a un servicio turístico (alojamiento, gastronomía, guía de turismo).
  - Búsqueda, selección y uso crítico de diversas fuentes de información cuantitativa y cualitativa (escritas, orales, etnográficas, iconográficas, estadísticas, cartográficas, multimediales, museográficas, entre otras).
  - Estudios de caso para identificar las dimensiones política, demográfica y económica de la configuración del territorio turístico y el ordenamiento territorial.
  - Búsqueda, selección y uso crítico de geoinformación (gráfica e imágenes), cartografía e imágenes en distintas escalas, y sistemas de georreferenciación, para la visualización, consulta y análisis espacial de datos.
  - Aplicación de información geográfica para la formulación de problemas e hipótesis, y argumentaciones orales y escritas.
  - Visitas y entrevistas con agentes de planificación turística en distintas escalas y organizaciones (público/privado, municipal/comunitario).
  - Búsqueda, lectura y evaluación de discursos de los medios y otras producciones comunicacionales.
  - Creación de espacios de participación, debate, reflexión y crítica propositiva frente a problemáticas sociales y comunitarias relacionadas con el turismo.
  - Producción gráfica, radial, audiovisual, fotográfica, publicitaria, multimedial, digital, y de textos de distintos géneros vinculados al campo del turismo.

- Uso responsable y creativo de las TIC considerando los límites legales, éticos y culturales de compartir información, oportunidades y riesgos potenciales (a niveles sociales y técnicos).
- Análisis de casos de comunicación turística en distintos niveles, tipos de organizaciones (sector público, privado y la sociedad civil), escalas y alcances.
- Producción de material dirigido a la comunicación turística para proyectos específicos.
- Conformación de grupos de trabajo colaborativo para la identificación y evaluación de problemáticas a nivel escolar/comunitario vinculadas al turismo en el entorno cercano.

### **Orientaciones generales para la evaluación**

Diseñar una estrategia de evaluación implica tomar un conjunto de decisiones, referidas a qué información se precisa para este fin, cómo obtenerla, con qué criterios valorarla, cómo medir los resultados obtenidos y cómo utilizarlos para mejorar los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

El diseño de un programa de evaluación deberá contemplar las siguientes características:

- Incluir varias instancias de evaluación por alumno por trimestre y/o cuatrimestre en momentos claves de la secuencia previamente planificados.
- Atender a la evaluación de los distintos tipos de aprendizaje propios del área de saber (conocimientos, procedimientos, habilidades, actitudes, etcétera).
- Tener en cuenta el proceso de aprendizaje de los alumnos, conociendo sus puntos de partida y compartiendo información con docentes de otras unidades curriculares y otros años.
- Promover la utilización de diversas propuestas de evaluación (presentaciones con recursos visuales, debates temáticos, elaboración de mapas conceptuales, coloquios, portfolios, análisis de casos, matrices de valoración, entre otros).
- Considerar instancias de retroalimentación, devoluciones de las valoraciones hechas por el docente, posibilidades de consulta, la realización junto con los alumnos de listas de cotejo sobre lo que se evalúa, en las que se explicitan los objetivos esperados y de rúbricas o escalas de valoraciones, en las que queden claros los grados de desarrollo de un conocimiento o práctica esperados.
- Contemplar los distintos propósitos de la evaluación, incluyendo instancias diagnósticas, formativas y sumativas.
- Se recomienda la utilización de estrategias de evaluación centradas en el proceso. Interesa destacar que en el Ciclo Orientado de la NES deberán brindarse a los estudiantes oportunidades crecientes para fortalecer capacidades de autoevaluación y de evaluación entre pares.

En la Orientación en Turismo, los estudiantes serán evaluados en las distintas unidades curriculares; cada unidad curricular recupera los objetivos del bloque o de los bloques que correspondan. Los objetivos son el instrumento fundamental para orientar la evaluación.



Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

---

Con el propósito de proveer información para revisar y reorientar la enseñanza, promover la autorregulación y el aprendizaje autónomo de los jóvenes y recoger información sobre sus progresos, se plantea la necesidad de:

- Inscribir la evaluación en las situaciones de enseñanza y de aprendizaje. Cuanto más gradual y coherente sea el paso de la actividad diaria en el aula a la evaluación, más se favorecerá en los estudiantes otra relación con los saberes de la orientación.
- Planificar actividades preparatorias en las que se expliciten los parámetros y criterios que serán utilizados en la evaluación de las producciones de los alumnos.

### **Alternativas de estructura curricular**

Estas sugerencias de estructura curricular para la presente Orientación brindan a las escuelas dos alternativas que definen unidades curriculares por bloques y ejes.

Dichas estructuras serán desarrolladas en el Proyecto Curricular Institucional (PCI) de cada escuela de acuerdo con los componentes que los definen y que fueron oportunamente trabajados.

En función de los bloques y ejes de contenidos establecidos, se presentan a continuación dos alternativas posibles:

#### **“Alternativa A”**

##### **Año - Espacio Curricular - Horas cátedra**

**3º** Introducción al turismo (4 h)

**4º** Servicios turísticos (3 h)

Turismo y territorio (3 h)

Turismo y comunicación (3 h)

**5º** Seminario sobre turismo y sociedad (3 h)

Segunda lengua adicional (2 h)

Servicios turísticos (3 h)

Proyecto de turismo comunitario (4 h)

Historia (orientada) (2 h)

Tecnologías de la información (orientada) (2 h)"

## **“Alternativa B”**

### **Año - Espacio Curricular - Horas cátedra**

**3º** Turismo y sociedad (4 h)

**4º** Servicios turísticos I (3 h)

Servicios turísticos II (3 h)

Turismo y territorio (3 h)

**5º** Segunda lengua adicional (2 h)

Servicios turísticos III (4 h)

Comunicación turística (2 h)

Proyecto de turismo comunitario (4 h)

Historia (orientada) (2 h)

Tecnologías de la información (orientada) (2 h)"

### **Habilidades, capacidades y competencias**

#### **Aptitudes:**

Comunicación. Pensamiento crítico, iniciativa y creatividad. Análisis y comprensión de la información. Resolución de problemas y conflictos. Interacción social, trabajo colaborativo. Ciudadanía responsable. Valoración del arte. Cuidado de sí mismo, aprendizaje autónomo y desarrollo personal.

### **Logros de aprendizaje** (capacidades y competencias)

#### **Producción, interpretación y comunicación de la información**

- Búsqueda, selección y organización de información de diversas fuentes: libros, informes técnicos, páginas web, artículos académicos, revistas, periódicos, medios digitales, soportes de video, audio, películas, etcétera (escritas, orales, etnográficas, iconográficas, estadísticas, cartográficas, multimediales, museográficas, entre otras).
- Búsqueda, selección y uso crítico de geoinformación (gráfica e imágenes), cartografía e imágenes en distintas escalas, y sistemas de georeferenciación, para la visualización, consulta y análisis espacial de datos.
- Búsqueda, lectura y evaluación de discursos de los medios y otras producciones comunicacionales.
- Relevamiento y análisis de los distintos componentes (oferta, demanda, atractivos) del sistema turístico en un contexto determinado.

#### **Aplicación de principios**

-Elaboración, lectura y uso de líneas del tiempo que permitan comprender la evolución del turismo y contrastarla con acontecimientos históricos relevantes a nivel local, nacional e internacional.



## Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

“2014, Año de las letras argentinas”

- 
- Interpretar estadísticas, gráficos, cuadros e indicadores que manifiesten la evolución del turismo.
  - Práctica simulada y/o real de los procesos y procedimientos característicos de un servicio turístico (alojamiento, gastronomía, guía turístico).
  - Estudios de caso para identificar las dimensiones política, demográfica y económica de la configuración del territorio turístico, y el ordenamiento territorial.
  - Aplicación de información geográfica para la formulación de problemas e hipótesis, y argumentaciones orales y escritas.
  - Análisis de casos de comunicación turística en distintos niveles, tipos de organizaciones (sector público, privado y la sociedad civil) escalas y alcances.

### **Creación e invención**

- Representar las características de los diversos tipos de sociedades a lo largo del tiempo y su relación con el turismo mediante distintas producciones vinculadas con el campo del diseño, artes visuales, teatro, música, medios digitales, entre otros.
- Construir indicadores y estadísticas propias del turismo aplicables a nivel escolar.
- Realizar encuestas y entrevistas a actores sociales relevantes que permitan analizar la evolución del turismo a lo largo del tiempo.
- Observación, exploración y experimentación; uso y/o desarrollo de simulaciones y modelizaciones en soporte físico y digital para comprender los efectos del turismo en el medio ambiente.
- Visitas de campo, entrevistas con agentes y organizaciones de turismo vinculadas a un servicio turístico (alojamiento, gastronomía, guía turístico).
- Visitas y entrevistas con agentes de planificación turística en distintas escalas y organizaciones (público/privado, municipal/comunitario).
- Producción gráfica, radial, audiovisual, fotográfica, publicitaria, multimedial, digital, y de textos de distintos géneros vinculados al campo del turismo.
- Producción de material dirigido a la comunicación turística para proyectos específicos.
- Producción de alternativas de solución en distintos medios expresivos.

### **Habilidades interpersonales**

- Creación de espacios de participación, debate, reflexión y crítica propositiva frente a problemáticas sociales y comunitarias vinculadas con el turismo.
- Uso responsable y creativo de las TIC, considerando los límites legales, éticos y culturales de compartir información, oportunidades y riesgos potenciales (a niveles sociales y técnicos).
- Conformación de grupos de trabajo colaborativo para la identificación y evaluación de problemáticas a nivel escolar/comunitario vinculadas al turismo en el entorno cercano.
- Debates reflexivos, y propositivos, en la búsqueda creativa de soluciones a las problemáticas identificadas.
- Procesos de consulta con expertos, especialistas, profesionales, agentes del turismo y desarrollo del proyecto.



**G O B I E R N O D E L A C I U D A D D E B U E N O S A I R E S**

**Hoja Adicional de Firmas  
Anexo**

**Número:**

Buenos Aires,

**Referencia:** Rectificación de la RESOL-2015-321-MEGC

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 23 pagina/s.