



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

Carrera: Licenciatura en turismo.

El turismo y la música en el Estadio Único de la Ciudad de La Plata.

Autor: Fernando Manuel Conti Mariotto.

Directora: Josefina Mallo.

Fecha de entrega: Miércoles 2 de febrero de 2022.

Legajo: 86148/0

Mail: fercm027@gmail.com

Cita bibliográfica: Conti Mariotto F.M. (2022). "El turismo y la música en el Estadio Único de la ciudad de La Plata". Facultad de Ciencias Económicas, UNLP.

Índice

Resumen	4
Abstract	4
Resumo	4
Introducción.	5
Problemática	8
Objetivos	8
General	8
Específicos	8
Marco teórico	9
Metodología	19
Capítulo I: El turismo	21
Turismo en La Plata	21
Alojamientos	23
Transporte	25
Otros servicios	27
II La Música	28
Música en La Plata	30
III El Estadio	34
Historia	34
Características	35
Eventos realizados en el Estadio Único	36
Eventos deportivos	36
Eventos políticos	36
Posta de vacunación contra el COVID-19	36
Encuentro nacional de mujeres	37
Pista de automovilismo	37
Monster Jam	37
Asamblea internacional de Testigos de Jehová	38

Conciertos	38
Festival emergente Ciudad de La Plata	40
Pandemia	40
IV Evaluación del atractivo.	42
Propuestas	48
Conclusiones	50
Referencias bibliográficas	53
Noticias periodísticas y comunicados de prensa	53
Documentación oficial	57
Portales y páginas web varias	58
Bibliografía académica	59

Resumen

El presente trabajo final de graduación propone el uso integral y sistematizado de políticas públicas en el ámbito turístico de la ciudad de La Plata, específicamente en vinculación con el atractivo turístico Estadio Único de la ciudad de La Plata. El fin perseguido es el de optimizar el uso turístico del estadio a la hora de planificar, organizar y llevar a cabo recitales multitudinarios en dicho predio.

A lo largo de los capítulos se profundiza sobre conceptos claves como el turismo, la música, el Estadio Único, las políticas turísticas relacionadas y las problemáticas vinculadas a este tipo de evento. En el último capítulo se ve expuesto un diagnóstico del fenómeno estudiado. Finalmente se redactan conclusiones generales evidenciadas a lo largo de la tesina.

Abstract

The present work of graduation proposes the integral and systematic use of public politics on the tourist field of La Plata city. The aim is to optimize the tourism use of the Estadio Único when planning, organizing and performing multitudinary concerts.

Throughout the chapters key concepts such as: tourism, music, Estadio Único, tourism politics and problems associated to this type of events are deeply analyzed. The last chapter exposes a diagnostic about the studied phenomenon. Finally general conclusions that have been reached throughout the thesis are stated.

Resumo

O presente trabalho de graduação final propõe a utilização integral e sistematizada de políticas públicas no âmbito turístico da cidade de La Plata, especificamente em vinculação com o atrativo turístico Estádio Único da cidade de La Plata. O final perseguido é aperfeiçoar o uso turístico do estádio na hora de planificar, organizar e levar a cabo recitais multitudinários no prédio mencionado.

Os capítulos profundaram sobre conceptas claves como o turismo, a música, o Estádio Único, as políticas públicas e as problemáticas associadas a este tipo de eventos. O último capitula expõe um diagnóstico sobre o fenômeno estudado. Finalmente escrevem-se conclusões em geral evidenciadas no largo da tese.

Introducción.

Un evento multitudinario se caracteriza por su capacidad de convocar un número extenso de personas en un determinado momento y lugar. Contemplando la sociedad actual y sus facilidades para comunicarse y viajar, las limitaciones físicas y/o complicaciones se reducen considerablemente.

El turismo, pasó a significar el estado básico de la curiosidad en movimiento. El mismo es entendido por algunos autores, como la expresión practicante de la curiosidad y de los valores estéticos. Esto se debe a una serie de cambios a lo largo del tiempo que influyeron en la facilidad de realizar una práctica turística y a la vez, de aumentar el número de turistas. (Baumann, 2017). Los intereses de los turistas reflejan necesariamente la estética de la cultura en donde se encuentran. Los destinos turísticos reales e imaginarios, representan los valores estéticos presentes en una cultura dada en un tiempo específico (Gordon, 2002). El “turismo cultural” se define como el conjunto de actividades que se desarrollan con el fin de facilitar unos conocimientos y ampliar su cultura desde una perspectiva de tiempo libre y ocio. (Montaner, 2001 cit. en Wasilcov, 2010).

Este trabajo se enfocará en un caso práctico y ejemplar de lo expuesto anteriormente: El turismo generado por los recitales realizados en el Estadio Único de la Ciudad de La Plata. En principio, anticiparemos que el turismo, es el conjunto de relaciones y fenómenos sociales producidos por el desplazamiento de personas fuera de su lugar de domicilio por motivos no laborales, sino culturales, recreativos, de descanso, esparcimiento y de placer, y en tanto que dichos desplazamientos no están motivados por una actividad lucrativa. (Krapf y Hunziker, 1942)

Cuando hablamos de turismo es fundamental entender que su definición muta constantemente y es abarcada por varias disciplinas. Por ejemplo, en materia de economía, la relación con el turismo se explica por el efecto multiplicador que corresponde al sector de servicios y al sector inmobiliario; en psicología se relaciona con los estudios de Plog el “behaviorismo” o tipos ideales de conducta; la sociología y estadística aportan herramientas para conocer e identificar el comportamiento de los agregados sociales y obtener datos cuantitativos y cualitativos útiles para determinados objetivos; (ej: Cuenta Satélite de Turismo); la ciencia política se vincula por la estructura del sistema de toma de decisiones en la política pública y a su vez explica cómo se fue posicionando el sector como área de interés nacional (ej: Dirección Nacional de Turismo); las relaciones internacionales están vinculadas al turismo internacional y al sistema internacional por organismos internacionales específicos del turismo como la Organización Mundial del Turismo (OMT), por acuerdos internacionales y por organismos económicos y financieros que aportan al sector como el Banco Mundial.

A medida que el fenómeno turístico crecía en el país y en el mundo, también crecían sus impactos económicos, sociales y ambientales. Con una amplia gama de efectos (directos e indirectos) benéficos para la economía de las localidades y sectores económicos alcanzados por el turismo, los países e inversionistas no tardaron en ver el potencial que podría tener esta actividad. Es así que comenzaron a apostar por el nuevo movimiento

mediante análisis sistemáticos, inversiones destinadas al sector, representación institucional, estudios del sector vinculado a la ciencia, entre otras acciones en pos del desarrollo y aprovechamiento de esta actividad.

Actualmente el organismo institucional nacional encargado de administrar y gestionar el turismo en Argentina es el Ministerio de Turismo y Deportes, el organismo provincial de turismo de la provincia de Buenos Aires es la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires y el organismo municipal en la ciudad de La Plata es el Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR). Como es evidente, hoy en día el sector tiene un alto grado de representación institucional.

Por otro lado, un fenómeno que tuvo notable influencia en la evolución del sistema turístico, es la globalización. Definida como el conjunto de procesos de homogeneización y fraccionamiento articulado del mundo, la globalización, reordena las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas (Filardo, 2006). A este concepto, se le atribuye una serie de características que afectan a la sociedad y al turismo, como por ejemplo: el acceso a la información y a la comunicación instantánea (la cual convirtió a la sociedad tradicional en una sociedad de constante movimiento); los avances tecnológicos en materia de comunicación y transporte; la interacción con la sociedad del consumo (en donde el consumidor busca sensaciones), y la particularidad de que el turista participa de un tipo de cultura, no la del lugar, sino la de un tiempo. (Bauman, 1999)

La globalización es un fenómeno amplio y complejo, relativamente nuevo en el mundo que trajo consigo una serie de cambios y procesos que se vieron reflejados en las sociedades y en sus culturas. Los efectos de la globalización no fueron idénticos en todas las sociedades, ninguna (exceptuando casos muy aislados) queda exenta de estos cambios, ya que, la cualidad básica y fundamental de la globalización, se centra en la transformación de las sociedades en un proceso de homogeneización cultural desde la sociedad local hacia una sociedad global única. Como se puede imaginar, la globalización trajo consigo una inmensa cantidad de cambios en lo que se refiere a las posibilidades de acción de cada persona, a sus hábitos culturales, a los quehaceres cotidianos y a la forma de consumir.

Ahora, los consumidores son los que deciden qué hacer y el productor se tiene que amoldar a las expectativas de los primeros. En este punto es donde entran en juego los conceptos de diferenciación y competitividad para un destino turístico. Con la simplificación de los procesos de compra y venta de servicios y productos turísticos, la oferta tiende a ser mucho más reemplazable. Además, con la interacción entre usuarios en las diversas plataformas o redes sociales de internet, los consumidores están al tanto de la experiencia y calidad del servicio que cada producto ofrece. Cada cliente tiene la posibilidad de expresar su agrado o descontento del producto turístico contratado e incluso lo puede calificar. En materia de marketing, una buena reputación en estos parámetros, es fundamental para obtener publicidad positiva para el destino.

Es importante tener en cuenta que el uso de redes sociales durante la planificación de un viaje, los dispositivos utilizados, el acceso a la información turística, los hábitos de compra online, las fuentes de información online al momento de la compra, la forma y frecuencia de

usos de redes sociales y la confianza en las opiniones y valoraciones, son factores que intervienen en los hábitos de planificación y reserva del consumidor. (Wichels 2014 en Porta 2017) es decir, que las redes sociales y los medios de comunicación electrónicos utilizados por las personas, influyen en la imagen turística de un destino.

La imagen, es la “representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino turístico” (Vázquez Casielles en Porta 2017). El imaginario, es “el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado”. El imaginario se forma basándose en las representaciones mentales que se crean de la realidad material. Es el resultado del proceso a través del cual la percepción transforma simbólicamente la realidad utilizando la imaginación (Hiernaux Nicolas, 2007 en Porta 2017). La construcción del imaginario es compleja y subjetiva, siendo intervenida por las experiencias de vida, la información obtenida por otras personas y por los medios de comunicación. También, apela a construcciones generadas por la imaginación, los sueños, las fantasías individuales o colectivas, etc. Las fuentes que forman al imaginario pueden ser identificados en tres aspectos: (1) las expresiones visuales (fotografías, pinturas, mapas, etc.); (2) las dimensiones lingüísticas (relatos, novelas, mitos, todo lo que incluya transmisión oral o escrita) que acompañan a las imágenes; y (3) los procesos del pensamiento (ideas, fantasías, idearios) que recuerdan estas imágenes y discursos. (Zamudio Vega, 2011 en Porta 2017).

En el primer capítulo, “El turismo”, veremos la definición de este concepto y sus distintas facetas (económico, social y ambiental). Se explica la tipología de “turismo de eventos” y se hace énfasis en el turismo sustentable. Se describen características del turismo en La Plata. Y se señala al Estadio Único como sede preferencial de mega eventos musicales.

En el capítulo dos, “La Música”, se explica la relación que la misma tiene con el turismo. Se identifica a la música como una cultura en sí misma y se la relaciona con el turismo cultural. Se explica por qué el turismo de eventos es la tipología de turismo más adecuada para desarrollar el presente tema de investigación. Y además, se indaga en el turismo de La Plata vinculado a la realización de recitales.

En el capítulo tres, “El Estadio”, se describen atributos y cualidades físicas del Estadio Único. Se describe brevemente su historia y se mencionan encargados de su gestión. Se hace hincapié que la idea de sustentabilidad tiene que estar presente en la planificación y en la práctica de la gestión del Estadio Único. Se mencionan algunos eventos multitudinarios realizados en el Estadio Único de La Plata. Se concluye que el estadio, es un atractivo turístico importante para la ciudad de La Plata, posicionado como sede preferencial de mega eventos musicales. Por último, se indican las medidas tomadas por los gobiernos nacional y provincial a causa de la pandemia del año 2020.

En el último capítulo “Diagnóstico”, se realiza un diagnóstico sobre la utilización del Estadio Único de la ciudad de La Plata como sede de eventos musicales masivos. Se identifican características y atributos relevantes del Estadio Único y se los categorizan en “favorables” y “no favorables”. Se describe cada uno de ellos y se expone una serie de propuestas para

el uso turístico del Estadio Único como sede de recitales y para la optimización del sector turístico en general.

Finalmente en las conclusiones, se hace una recapitulación de todo lo abordado resaltando los puntos claves de cada capítulo y remarcando la conclusión del objetivo principal de esta tesina.

Problemática

El problema de investigación a tratar es que actualmente el turismo de eventos desarrollado en el Estadio Único de la ciudad de La Plata no está optimizado adecuadamente. Centrándonos en el análisis de los espectáculos musicales se pone en evidencia que su acontecimiento trae consigo una serie de consecuencias indeseadas y nocivas para la ciudad y el sector. Los motivos que inducen a que esto ocurra son variados, como así también lo son las estrategias y acciones a implementar para solventar este inconveniente. Estos ítems se detallarán con mayor profundidad a lo largo de los capítulos.

Objetivos

General

Distinguir a los recitales realizados en el Estadio Único de la Ciudad de La Plata como fuente atractora de turismo para la ciudad.

Específicos

Caracterizar el turismo generado a partir de la realización de recitales.

Contextualizar el evento en la sociedad actual.

Describir conceptos claves como turismo, música y globalización.

Exponer teorías vinculadas al tema.

Exponer problemáticas entre el turismo de eventos y la comunidad pertinentes a resolver.

Detallar herramientas teóricas y prácticas susceptibles de ser aplicadas al caso para contribuir a la optimización del turismo en la ciudad.

Marco teórico

La definición del turismo presenta una cierta dualidad, mientras que para el turista es una forma de ocio, para la comunidad de acogida, es una forma de trabajo. Para la OMT, el turismo son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. (Sancho, 1998)

El turismo es un fenómeno social complejo con múltiples facetas que involucran la esfera de lo económico, lo social-cultural y lo ambiental. El turismo no está condicionado por un instinto biológico sino que depende de un sistema de valores colectivos dominantes que estructura un conjunto de funciones económicas y sociales orientadas hacia el fin. (López, 2001).

Siguiendo a los autores podemos entonces decir que, por un lado, el turismo es una actividad económica que se organiza de acuerdo con la orientación económica dominante cuyo objetivo es la máxima y rápida rentabilidad de la inversión. Por el otro, se presenta el turismo sustentable que pretende mejorar las condiciones de vida de las poblaciones receptoras, así como preservar el medio ambiente, compatibilizando la capacidad de carga y la sensibilidad del medio ambiente natural y cultural con la práctica turística. Aunque en lo general, lo que predomina en los programas de desarrollo turístico es un manejo de la “sustentabilidad turística” como estrategia de mercado

La sostenibilidad toma lugar en el discurso político para aplicar sus principios a la gestión de un destino turístico, o bien, para implementarlo como estrategia de mercado buscando aumentar la competitividad frente a otros competidores. En este sentido, y más allá de las controversias sobre la equiparación de sostenibilidad y sustentabilidad, los autores resaltan que para algunos, alcanzar un desarrollo sustentable es lograr el crecimiento económico continuo mediante un manejo más racional de los recursos naturales y la utilización de tecnologías más eficientes y menos contaminantes. Para otros, el desarrollo sustentable es ante todo un proyecto social y político que apunta hacia la descentralización y el ordenamiento ecológico de la producción que ofrece principios y orientaciones a los proyectos de democratización de la sociedad, fundada en la participación directa de las comunidades en la apropiación y transformación de sus recursos ambientales y que no debe tener otra orientación que no sea erradicar la pobreza, elevar la calidad de vida y satisfacer las necesidades básicas de la humanidad. Es decir, para algunos el desarrollo sustentable es compatibilizar el medio ambiente con un crecimiento económico continuo. Mientras que para otros, implica nuevas bases en las que se sustente la civilización.

El turismo sustentable, sólo es posible si previamente se estudia la capacidad de recepción que tienen los enclaves turísticos, y luego se aplican los resultados por medio de una planificación eficaz y un control operacional. Estos estudios y las medidas reguladoras que en consecuencia se adopten, servirán de piedra angular a los planes y estrategias locales de largo plazo que se adapten para gestionar y ordenar racionalmente el turismo. Ahora bien, el turismo sustentable no puede funcionar a base únicamente de las imposiciones de la administración pública, es preciso además que la cadena de valor turística (sector

turístico privado y social) acepte ese concepto y coopere en su ejecución, así como que las comunidades locales y los turistas mismos presten su colaboración al proceso. (Delgadillo, 2001)

La cadena de valor o sistema de valor del sector turístico es el conjunto de actividades interrelacionadas que se desarrollan en el mismo destino y que añaden valor a la experiencia turística. Las normas ISO 900 plantean que “identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos”. El cliente/turista entiende al destino como un “todo” y su grado de satisfacción turístico proviene del funcionamiento de toda la cadena de valor del sector turístico. En el caso de la ciudad de La Plata, los actores de la cadena de valor presentan características y realidades diferentes, por lo tanto, estos deben tender a homogeneizar su funcionamiento con la aplicación de prácticas probadas con éxito en localidades similares.

La autora también señala que la implementación de un sistema de gestión de calidad orientado al sector, tiende a generar un enfoque sistémico del valor del mismo. En tal sentido, invita a las organizaciones -tanto públicas como privadas- a conducirse hacia una gestión de turismo sostenible, que estén comprometidas con la atención al visitante y al cliente pero, además, que el recurso y el patrimonio sea preservado, informado y señalado para ser localizable e identificable; que los lugares de interés sean accesibles con un horario razonable y públicamente anunciado; que haya una oferta gastronómica diversa, y que la comunidad progrese asumiendo una actitud resuelta hacia la conservación y atención al turista. La sostenibilidad del turismo necesita que los actores políticos, económicos y sociales que intervienen en la producción turística, a cualquier nivel (local, regional, nacional, supranacional) alcancen entendimientos y logren sinergias y coordinación para definir y alcanzar los objetivos que se transformen en beneficio para el conjunto de la sociedad.

De Rito también propone tener en cuenta al pensar en la sostenibilidad turística la dimensión de la gobernanza. Las asociaciones o vinculaciones Público-Privadas, implica el funcionamiento coordinado (cooperación) entre las partes interesadas del destino turístico y un nuevo enfoque de gobierno que dé respuesta a la creciente complejidad de la gestión de destinos turísticos, en donde se satisfagan las necesidades de sus integrantes, con la participación activa de todos a la hora de diseñar, ejecutar y evaluar una política turística. El factor de éxito se basa en la confianza entre los participantes y la confidencialidad de la información, la que al mismo tiempo, retroalimenta la visión con valor agregado para todas las partes. (De Rito, 2019).

La gobernanza turística es una práctica de gobierno que se puede medir, que tiene como objetivo dirigir efectivamente el turismo en los diferentes niveles de gobierno. A través de las formas de coordinación, colaboración y/o cooperación eficaces, transparentes y sujetas a rendición de cuentas, se alcanzan objetivos de interés colectivo compartiendo redes de actores involucrados en el sector. El fin es desarrollar soluciones y oportunidades a través de acuerdos basados en el reconocimiento de las independencias y responsabilidades compartidas (De Rito, 2019).

Principios de la buena gobernanza.	Contenido.
Participación.	Participación amplia de los ciudadanos en la toma de decisiones, ya sea en forma directa o a través de asociaciones intermedias.
Imperio de la ley.	Marcos legales justos e imparciales.
Transparencia.	Libre accesibilidad al flujo de información para comprender y vigilar.
Capacidad de respuesta.	Instituciones y procesos en pos de servir a los interesados.
Equidad.	Similares oportunidades de mejora para todos los ciudadanos.
Eficacia y eficiencia.	Optimizar el uso de recursos, obtener resultados que satisfagan las necesidades de los actores involucrados.
Rendición de cuentas.	Quienes toman las decisiones (sector público, privado o asociación) son responsables ante los ciudadanos.
Visión estratégica.	Comprensión de las complejidades históricas, culturales y sociales, con visión amplia de largo plazo y de buena gobernanza.

Fuente: De Rito, 2019.

Siguiendo con la rama general del turismo, se hace pertinente mencionar que este fenómeno no ha alcanzado la categoría de ciencia debido a que “no nació de una teoría, sino de una realidad que surgió espontáneamente, y se fue configurando a sí mismo bajo el impacto del descubrimiento en otros campos” (Boullón, 1997). Una manera de interpretarlo, es mediante la Teoría General de los Sistemas (TGS), la cual, es una forma sistémica y científica de aproximación y representación de la realidad. La TGS considera al turismo, como un sistema abierto inserto en un ambiente de factores ambientales, controlables e incontrolables, externos e internos, los cuales influyen e interactúan con la actividad. En este esquema, existe un emisor compuesto por las personas atraídas por el destino o producto turístico, un receptor el cual sería el destino o producto turístico, un flujo de personas, un flujo de divisas y una retroalimentación del proceso. (García, 2013).

Los sistemas se caracterizan por ser “conjuntos de elementos que guardan estrechas relaciones entre sí, que mantienen al sistema directa o indirectamente unido de modo más o menos estable y cuyo comportamiento global persigue, normalmente, algún tipo de objetivo”. (Arnold, 2006).

A lo largo de esta tesis, el turismo será considerado como un sistema. Este enfoque, invita al sistema turístico a mantenerse actualizado, perceptivo y sensible ante los cambios y variantes que pueden experimentar los factores externos encontrados en el ambiente. Esto genera un crecimiento orgánico del sistema que favorece el desarrollo sustentable del sector, es decir que el proceso de cambio social, la explotación de los recursos, el sentido de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y las reformas institucionales se realizan de forma armónica, ampliándose el potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas” (Delgadillo, 2001)

El tipo de turismo presentado en este trabajo es catalogado como turismo de eventos, el mismo, es definido como la sumatoria de esfuerzos y acciones planeadas con el propósito de alcanzar resultados definidos junto al público objetivo. (Gomez de Moraes, 2012).

El turismo de eventos tiene sus orígenes desde las ferias y exhibiciones que organizaban los griegos, la expansión del imperio romano por Europa (Betina, 2014), la convención antialcohólica realizada en la ciudad de Loughborough, Inglaterra (1841), la “Expo de Cristal Palace, hasta que a finales del siglo XIX, ya era considerado como una actividad económica y a partir del siglo XX, fue reconocido como una tipología turística y valorado como una herramienta para intensificar y fortalecer las ciudades.

Antes del Covid- 19 el turismo de eventos, era una tipología turística bien instalada en el sector que, implementada correctamente, podía generar múltiples beneficios económicos para la localidad en la cual se presentaba. Esto se debía principalmente al aumento en la cantidad de servicios turísticos ofrecidos en el lugar y a la extensa cantidad de turistas que los utilizaban. Ocurre que al haber una mayor demanda de empleo, se obtenían mayores ingresos de lo habitual y los impactos económicos generados en los distintos momentos pre, durante y post-evento, se diversificaban en las distintas ramas y sectores de la economía local. (Toubes Novoa, 2016).

Como se puede apreciar, el desarrollo del sistema turístico es complejo. Este atributo hace que sea imprescindible la implementación de la planificación turística estratégica sustentable a la hora de administrar cualquier destino turístico. La planificación, es el conjunto de actividades que conducen a la formulación de planes para el logro de los objetivos. La idea de este concepto es esquematizar conductas para enfrentar lo imprevisible. (Diaz, 2017)

La planificación estratégica, tiene como prioridad optimizar los recursos disponibles, alcanzar la eficacia y aportar a la competitividad. Las acciones claves para cumplir con estos requisitos son la de promocionar la estrategia seleccionada en el entorno donde se ejecuta el plan, organizar la implementación de una política de planificación, generar la

participación activa de todos los actores de la comunidad y formular e implementar acciones y estrategias de carácter multi o trans-disciplinar.

La planificación turística estratégica, tiene en cuenta las necesidades de los actores involucrados (sector privado, turistas, comunidad receptora), el entorno económico, ambiental y social donde se inserta la actividad y todos los factores internos y externos que se puedan contemplar que, en mayor o menor medida, influyen en la actividad (o la actividad influye en ellos).

El éxito de las atracciones depende de las satisfacciones de las necesidades de los turistas, como así también de los residentes de la comunidad local y de la calidad, pero sobre todo de una buena planificación e implementación de las estrategias de marketing (Sancho, 1998). Considerando al Estadio Único de la ciudad de La Plata una atracción turística para la localidad, resulta conveniente implementar estrategias, planes y acciones vinculadas a la teoría de políticas turísticas con orientación estratégica sustentable.

La planificación de las políticas turísticas con orientación estratégica contiene las siguientes fases:

- Fase A: Análisis de la situación actual: Se evalúa la significancia económica, repercusiones sociales y/o culturales y los impactos ambientales de la actividad turística con respecto a los productos musicales.

Este análisis tiene el objetivo de relevar información sobre el ambiente en donde se desarrolla el turismo de eventos. El ambiente, está constituido por la ciudad de La Plata y todos los factores externos (políticos, económicos, sociales y ambientales) que influyen en la actividad. Los factores externos, son contemplados detalladamente con el fin de planificar un programa adaptado a la situación actual y flexible para afrontar posibles cambios que puedan experimentar estos factores. La situación actual es determinada mediante métodos de investigación científica y análisis sistemáticos y comprende las características e infraestructura del lugar.

- Fase B: Evaluación de la posición del turismo. Valoración del turismo en el marco de las prioridades del destino, de la comunidad, del sector involucrado y de la industria turística.

Evaluar el turismo de eventos en la ciudad de La Plata representa la recopilación, orden y síntesis de datos. El objetivo de esta fase es dar cuenta del peso que tiene este tipo de turismo en la ciudad. En la fase de evaluación de la posición del turismo, las ventajas comparativas y competitivas entran en juego y resulta muy importante conocerlas para determinar los lineamientos de acción generales y ejecutar la siguiente fase: la "Formulación de una política turística".

- Fase C: Formulación de una política turística: conjunto de decisiones en materia turística integradas armónicamente en el contexto de una política del destino que orientan a la conducción del sector y nombran las acciones a seguir.

Las políticas turísticas que se formulan tienen su eje principal en la optimización del uso turístico del Estadio Único de la ciudad de La Plata. La "Agencia Administradora Estadio Ciudad de La Plata" es la responsable de planificar, desarrollar y ejecutar políticas turísticas destinadas al objetivo propuesto, siguiendo los lineamientos planteados por la teoría de la planificación estratégica sustentable y la teoría general de sistemas.

- Fase D: Determinación de la estrategia del desarrollo, es decir, el plan que determina la forma en la que se pueden alcanzar los objetivos.

Especificado en el plan de acción y en la estrategia a llevar a cabo, resulta indispensable que la idea de sustentabilidad y cooperación entre todos los actores involucrados en el desarrollo de la actividad esté contemplada. Más allá de los principios teóricos, la puesta en práctica es lo que realmente tiene valor y para ello el diálogo, la organización y la transparencia deben ser pilares fundamentales durante su ejecución.

- Fase E: Especificaciones de los programas de acción. En este punto se especifican los lineamientos para los programas de acción.

La claridad expositiva presentada en el plan de acción debe ser cualidad significativa para reducir errores y malentendidos. Debe estar contemplado en la planificación cada paso a seguir, los respectivos responsables y el plazo de tiempo estimado.

Tipos de políticas turísticas susceptibles de ser aplicadas al caso para contribuir a la optimización del turismo de eventos en la ciudad de La Plata.:

- Políticas turísticas orientadas a la competitividad: particularidad y originalidad de los atractivos, recursos y productos turísticos, posicionamiento en el conocimiento de la posible demanda, distancia de los centros emisores, relación calidad/precio/productos, seguridad, calidad de la oferta turística y trato de los residentes.
- Políticas de promoción del destino turístico: El proceso de globalización, las mejoras en los transportes, en las comunicaciones y los cambios operados en el perfil de una parte de la demanda turística, han generado que el turismo se consolide como una actividad local y global a gran escala. Es oportuno diferenciar los destinos turísticos del consolidado "turismo de masa organizado" de aquellos que se orientan al nuevo y diferenciado perfil. La relación entre el turismo y las tecnologías de la información y comunicación (tic) crea un espacio adecuado para idealmente definir consensuadamente el perfil turístico del destino con su propia marca, y como mínimo, promocionar los productos y la oferta turística local. De esta forma los sitios web se convierten en "portal de destino" que, por un lado, promociona los productos locales (o regionales, según los casos) y por otro vincula al potencial consumidor con los proveedores de servicios turísticos. (Wallingre, N. & Villar A. 2009-11)

Es interesante relacionar al turismo generado por recitales masivos como "turismo de masas", ya que por la convocatoria y aglomeración de personas en un mismo espacio se podría pensar que se asemejan bastante. Sin embargo, no creo que sea adecuado

catalogarlo como tal, ya que en su mayor parte, las características que en definitiva definen a cada uno, son excepcionalmente diferentes.

- Las políticas de gestión de los destinos turísticos y las tic: Sus servicios brindan información del destino, interacción usuario-turista, sistema de gestión de destinos (sgd), autogestión de viajes a través de portales web y la capacidad de negociar aspectos del viaje online con operaciones comerciales incluidas. Además, los sistemas de gestión de destinos, han posibilitado el acceso fácil y rápido a la información referente al destino turístico, así como también la compra online de entradas, pasajes de transporte y reserva de hospedaje a distancia.
- Las políticas de calidad de turismo: Contar con un diagnóstico adecuado del perfil de la demanda del destino turístico en cuestión resulta imprescindible para adaptar la oferta turística a sus necesidades. Los altos estándares de calidad debe ser una búsqueda constante de los gestores de un destino turístico.

El nuevo consumidor se caracteriza por ser activo en la búsqueda de información, estar familiarizado con las nuevas tecnologías, poseer una cómoda situación económica e intereses culturales amplios, les atraen los viajes independientes a destinos alternativos al turismo de masas organizado, y generalmente tiene experiencia en viajes. El crecimiento de esta demanda, tiende a generar la diversificación de la oferta de productos y destinos turísticos. (Villar, 2007).

La planificación tiene que tener en cuenta gran cantidad de factores (externos e internos) para obtener mejores resultados. Viendo al turismo desde la perspectiva sistémica, la globalización tiene influencia directa en el sector ya que actúa como factor clave del ambiente externo a escala global.

Tener en cuenta la globalización en la planificación estratégica de un destino turístico es primordial, debido a que este fenómeno, está cambiando continuamente las estrategias económicas de todas las naciones, redefiniendo relaciones internacionales, creando nuevos patrones culturales y re significando varios conceptos. Por ejemplo, el “lugar” es “el orden (cualquiera que sea) según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia” (De Certeau, 1996, p. 129 en Porta 2017). En el lugar cada elemento se define por sí mismo, contenido en su propio territorio, ubicado uno al lado de otro, sin existir relación entre ellos. (Porta 2017). En cambio, el “lugar antropológico” lo que define al territorio, son aquellos quienes lo habitan, a través de su relación con el lugar, sus semejantes y otras personas. El “espacio”, respecto al lugar, es más abstracto, pudiéndose usar indistintamente para hablar de distancias, dimensiones temporales o virtuales. En el espacio existe la movilidad, cruzándose el tiempo, las direcciones y las velocidades de los elementos. (Porta 2017)

El espacio hace referencia a las localizaciones, las distribuciones y las extensiones, características que pueden ser físicas, que desde la perspectiva humana se desprende el tipo de “espacio físico”, espacio plano o espacio volumétrico o abstracto, la cual hace referencia al espacio tiempo. (Díaz, 2017)

El “espacio físico” se entiende como la superficie donde se desarrolla la actividad turística. Esta visión es parte del lenguaje de la planificación turística, donde se toman en cuenta la existencia de distintas clases de espacio (real, potencial, cultural, natural, virgen, artificial y vital) que sirven para el planeamiento. El “espacio turístico” es el espacio generado a raíz de la existencia de atractivos turísticos y su distribución en el espacio físico, sumado a la planta y la infraestructura turísticas. (Boullón 1985 en Porta 2017). Es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos. Este elemento del patrimonio turístico más la planta turística, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país. (Boullón, 1986)

Los atractivos turísticos, son normalmente entendidos como la materia prima o los recursos primarios con los que cuenta el destino para llevar a cabo la actividad turística. Son características que ya se encuentran en el lugar, que son activadas para el turismo. Se presume que son preexistentes a su valorización dentro de la actividad turística, dándose a entender que existen atractivos latentes, que pueden ser detectados y rescatados por la gestión gubernamental para su acondicionamiento como recurso turístico. Entonces, el atractivo aparece como algo ya existente, pero que debe ser descubierto para ser valorado y utilizado. (Almirón, Bertoncello, y Troncoso 2006 en Porta 2017).

Otro concepto redefinido por la globalización, es el de territorio o territorialidad, el cual y en conjunto con el concepto “escala”, es un componente del espacio turístico. La territorialidad se valora y se diferencia por la cultura propia y por sus ventajas comparativas. El territorio, está ligado a la sociedad por procesos de identificación y de representación colectiva e individual, que generalmente desconoce las fronteras políticas o administrativas y no aduce exclusivamente la apropiación espacial estatal o ligada a un grupo de poder. (Díaz, 2017).

En turismo, el territorio es definido como el lugar en el que todos los actores conviven armónicamente. Es el gran elemento de diferenciación, parte del producto turístico y, en la mayoría de los casos, es el principal recurso del desarrollo que combina factores complejos como localización, extensión (distribución), relación o conexión, globalidad (generalidad) y evolución histórica. (Díaz, 2017).

De igual manera que un territorio se “construye”, el turismo, es modificado e influido por él. Es posible entonces hablar de una relación dialéctica entre el territorio y el turismo. Bajo la hipótesis de que los impactos pueden “mediatizarse por políticas adecuadas”, la lógica de la planificación se convierte en referencia necesaria y, de última, es la que justifica su estudio. (Filardo, 2006).

La música es cultura y producto cultural. Su origen se asienta en la prehistoria junto a la aparición del lenguaje, donde no se utilizaban instrumentos musicales sino la voz humana y la percusión corporal. Hoy en día, la música es un mecanismo de consolidación de identidades colectivas ya que los géneros musicales, están estrechamente relacionados con aspectos como cultura, nacionalidad, raza, clases sociales, entre otros. (Wasilov, 2010). Actualmente es consumida por los turistas en el acto de satisfacer su curiosidad. Esto queda representado y así lo entiende el turismo cultural.

La musicología, es la disciplina encargada del estudio de todos los fenómenos relacionados con la música, su historia y su relación con el ser humano y la sociedad. Esta ciencia explica que en una misma sociedad, pueden coexistir diferentes géneros musicales que nutren una única identidad de la sociedad en cuestión. Además, explica que la música entendida como una creación cultural es también un factor de motivación, convirtiéndola así, en el más singular y efímero tipo de patrimonio cultural que motiva desplazamientos turísticos. (Wasilov, 2010).

La música se vincula perfectamente con la cultura de las sociedades en las cuales se presenta, ya que es una prueba irrefutable de su identidad nutrida de su historia, costumbres, hábitos, y tradiciones que llevan su esencia. Siendo la música única y representativa de la cultura en la cual se encuentra inserta, pasa a funcionar como atractivo turístico para las localidades.

El turismo presentado en la ciudad de La Plata cuando se realizan recitales en el Estadio Único, plantea otra forma de entender la música, no solo como el anexo de una cultura existente, sino también, como una cultura en sí misma donde se unifican varias culturas pre-existentes. Explico, la música, gracias a ciertos fenómenos de la actualidad, ha tomado cierta personalidad y en varios aspectos, ha pasado a representarse a sí misma desprendiéndose del espacio en donde se encuentre. La misma es valorada, perseguida y consumida por turistas por el mero hecho de ser lo que es.

Tradicionalmente, la sociología ha planteado la relación entre la música y la sociedad a la manera de una asociación mecánica entre una serie de obras, géneros y/o estilos musicales por un lado, y con una serie de grupos, estratos o clases sociales por el otro. (Boix, 2016). La sociología de la música se ha reducido al análisis de la producción y recepción de la música considerada como objeto, para disolverla en un juego social, ya sea de la distinción, la identidad o la lucha de clases. (Boix, 2016)

No debe ir a buscarse lo social en la música (convirtiendo a esta en un reflejo, una expresión, una metáfora, una manera de manifestación de lo social) porque la música ya es social y produce sociedad por sí misma. Entonces se puede considerar a la música como un recurso activo de la formación social y no como algo que se relaciona con ella, como mero medio “significante” o “expresivo”. (Willis en Boix, 2013). La música es una relación social en la cual es posible participar de la música, y por lo tanto, volverla acción social, la música es una práctica en la cual los participantes están comprometidos. (Boix, 2013). DeNora (2000 2012 en Boix, 2013) considera a la música un ingrediente activo de la formación social y un recurso, al contrario de lo que usualmente se supone, incapaz de trabajar separado de sus circunstancias de producción.

La música refiere a una red diversificada de objetos técnicos, soportes materiales, instrumentos, dispositivos, escritos, sobre los que el músico debe operar para que finalmente emerja la música como tal. La música, entonces, ya debe concebirse en sí misma como una sociedad plena de mediaciones que la hacen aparecer. (Hennion 2002: 290 en Boix, 2016).

Vila (1996 en Boix, 2013) introduce la cuestión de las identificaciones plurales para una misma música. La música aquí se define por su uso en una valencia específica: ofreciendo distintos mensajes con los cuales las personas pueden resolver cuestiones identitarias. El turista participante de la cultura musical, pasa a formar parte de un tipo de cultura compartida con otros turistas que comparten la sensación de ser representados por la música. Al insertarse en una concepción de la cultura mucho más amplia y compleja, se constituye una de las manifestaciones del consumo cultural de masas característico de las sociedades industriales avanzadas. Este tipo de consumo, está generalmente caracterizado por su estacionalidad (*short break*), y puede segmentarse en función del tipo de contenidos musicales que, con cierta aproximación, determina grupos de usuarios distintos y suficientemente homogéneos. (Chierichett, 2012).

Es aquí donde la música entendida desde una perspectiva intercultural, es manifestante de una identidad cultural o identidad colectiva, ya que varias culturas aportan a la identidad musical. Esto se evidencia cuando diferentes géneros y tipo de eventos musicales dejan ver las diferencias culturales entre un grupo social y otro, en un mismo espacio físico. Por ejemplo, en el código del estilo musical del metal se generan formas particulares de relación con características culturales locales particulares. De esta manera, la música metal se convirtió en un estilo musical transnacional y transcultural, no perteneciente a ningún país en particular (Weinstein, 2011 en Calvo, 2018).

Es común que una escena musical en particular se vincule con escenas de países cercanos y también, con escenas de otros géneros musicales y escenas culturales. En todas las escenas de la música metal se identifican las relaciones con la escena global del metal (estilo de música), con otras escenas vecinas (no necesariamente musicales: práctica recreativa y deportiva del skate y el BMX; las artes marciales; el animé, el manga, los juegos de rol; y las culturas gótica y emo) y con el solapamiento de escenas dedicadas a otros géneros musicales. Otro ejemplo, es un caso original de la provincia de Buenos Aires y de Argentina que se generó a partir del contacto entre la música metal y el folklore argentino (producido por el labor de Ricardo Iorio) que permitió que la música metal se relacione con la cultura rural y gauchesca. (Calvo, 2018).

Como estos, hay varios ejemplos en los que la música genera una homogeneización de las culturas y encuentros de personas que poco tienen en común pero que sin embargo comparten una misma representación identitaria. Sin importar el espacio físico donde la música se presenta, la cultura que se genera en estos encuentros es muy similar aunque las personas del público varíen totalmente.

Metodología

Se utilizó una triangulación metodológica acorde a las diferentes fuentes de información recabadas: la revisión bibliográfica de notas académicas, *papers*, tesis, investigaciones y trabajos de grado; el análisis documental de leyes, decretos y artículos periodísticos digitales; la revisión de material multimedia y la investigación en diversas páginas de internet y sitios webs.

De la revisión bibliográfica de notas académicas, *papers*, tesis, investigaciones y trabajos de grado se extrajeron notas de interés que describen conceptos y datos relacionados con el tema de investigación. Después de un análisis sistemático y un ordenamiento coherente de las notas, se las pudo integrar a la tesina relacionando cada una de ellas y dándoles sentido.

Por medio del análisis documental de leyes, decretos y artículos periodísticos digitales, se establecieron ítems relevantes para la construcción del actual estado de la administración y uso del Estadio Único de la ciudad de La Plata

Se revisó material multimedia, como fotos, videos y documentales, de los recitales realizados en el Estadio Único con el fin de, mediante la observación, obtener una referencia audiovisual para comprender la magnitud de estos eventos.

Se investigó en diversas páginas de internet con el fin de recolectar información útil para la descripción de los capítulos. Las mismas fueron:

- La página oficial del Estadio Único: se encontraron noticias actuales acerca de los eventos realizados o próximos a realizar en el estadio; información institucional sobre la agencia, la institución y las autoridades del predio; información de las características físicas del lugar, la historia, los procedimientos y requisitos necesarios para el alquiler del estadio; información de contacto como redes sociales y mails para consultas o visitas guiadas al estadio y decretos y leyes por las cuales se rige la organización. También se extrajo el comunicado que anunciaba las medidas tomadas por la agencia administradora del Estadio Único a raíz de la pandemia del co-vid 19.
- El sitio web oficial del sector turístico de la ciudad de La Plata, el EMATUR: se encuentra toda la información necesaria para realizar turismo en la ciudad, su interface contiene lugares de interés y atractivos turísticos con la descripción e información necesaria de cada uno de ellos, descripciones de experiencias que se pueden disfrutar en la ciudad como gastronomía, cultura, deportes, religión, paseos, lugares únicos, etc. Brinda una completa guía de servicios disponibles para el turista tales como alojamiento, circuitos turísticos, centros de informes y gastronomía. Contiene un apartado destinado al “turismo de eventos” donde se describen sitios vinculados a este tipo de turismo con información sobre su ubicación, capacidad, cantidad de salas, contacto y sitio web. También, contiene una agenda la cual se

actualiza continuamente con novedades y actividades en la ciudad sean culturales, académicas o de fiestas regionales. Además, menciona medios para contactar con encargados del sector turístico de la ciudad mediante teléfono, mail o redes sociales. Por último, especifica la ubicación de la sede física del EMATUR en La Plata con un mapa virtual, interactivo y online (Google maps).

- El sitio web oficial de la Organización Mundial del Turismo, contiene noticias de actualidad referidas al turismo a escala global, estadísticas, descripciones, material académico e información sobre la Organización.
- La página oficial del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires: se extrajeron los decretos y leyes por los que se rige el Estadio Único de la ciudad de La Plata.

Capítulo I: El turismo

La Organización Mundial del Turismo entiende que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

Otra definición brindada por Krapf y Hunziker dice que el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos sociales producidos por el desplazamiento de personas fuera de su lugar de domicilio por motivos no laborales, sino culturales, recreativos, de descanso, esparcimiento y de placer, y en tanto que dichos desplazamientos no están motivados por una actividad lucrativa.

La última investigación anual de *World Travel & Tourism Council* (WTTC), en conjunto con *Oxford Economics*, muestra que el sector de viajes y turismo experimentó un crecimiento del 3,5% en 2019, superando el crecimiento de la economía mundial del 2,5% por noveno año consecutivo. Durante los últimos cinco años, el sector creó uno de cada cuatro nuevos puestos de trabajo, lo que convierte a Viajes y Turismo en el mejor socio para que los gobiernos generen empleo.

La WTTC y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, indicó que los números “demuestran el poder de la industria como una herramienta para que los gobiernos generen prosperidad y al mismo tiempo, crear plazas que apoyen especialmente a las mujeres, los jóvenes y otros grupos de la sociedad, a menudo marginados. También menciona que se prevé que el sector turístico contribuya con 100 millones de nuevas plazas a escala mundial en los próximos diez años, lo que comprende 421 millones de fuentes de trabajo para 2021”. (Gevara, 2018 CEO WTTC en De Rito, 2019).

En Argentina, el turismo creció un 0.2% en el año 2019 y actualmente aporta el 9.2% de la economía total (PBI). El 7.5% del total de empleos están relacionados con el turismo y el consumo del turismo dentro del país representa el 5.9% del total de las importaciones. (WTTC, 2020).

Turismo en La Plata

La ciudad fue fundada en el año 1882 por el gobernador de la provincia Dardo Rocha, y es conocida como la “Ciudad de las Diagonales” debido a su particular trazado urbano. La Plata surge como una ciudad completamente planificada, como consecuencia de la federalización de la Ciudad de Buenos Aires, que se convirtió en capital de la República Argentina y fue desvinculada del territorio provincial por el presidente Nicolás Avellaneda en el año 1880. (Porta 2017).

Ubicada a 56 km de la ciudad de Buenos Aires. Su población compuesta por 750.000 personas, según el censo del 2010, posee un carácter universitario, juvenil y heterogéneo. (Berge, 2017). La ciudad de La Plata, es la cuarta ciudad más poblada del país y el quinto aglomeramiento urbano después de CABA, Córdoba, Rosario y Mendoza. (De Rito, 2019).

Región	Población	%	Superficie (km2)	%	Densidad poblacional
Total País	40.117.096	100%	3.746.997	100%	10,7
Total Provincia	15.625.084	39%	304.907	8%	51,2
Ciudad de La Plata	654.324	2%	942	0,03%	694,6
Fuente: Censo Nacional de Hogares y Viviendas 2010 INDEC					

Fuente: De Rito, 2019.

Su diseño está conformado por un cuadrado de 5 kilómetros de lado y dos diagonales que atraviesan toda la ciudad, la 73 y la 74, y otras diagonales menores. El trazado urbano se encuentra inspirado en las ideas urbanísticas más avanzadas de ese tiempo. Los edificios públicos se erigen sobre tres ejes fundamentales: el que dibujan las avenidas 51 y 53 y en sentido perpendicular a las calles 2 y 14. Al transitar por las avenidas principales, cada seis cuadras existen plazas públicas que sirven de pulmones verdes y espacios de recreación. (Porta 2017).

Se destaca el ámbito Universitario ya que cuenta con un capital educativo solo superado por CABA. La UNLP cuenta con 130.000 alumnos, y además se encuentra la UTN, la UDE, la UCALP; la Universidad Notarial Argentina, la Universidad Pedagógica Nacional, Centros de investigación Conicet y CIC. (De Rito, 2019).

La ciudad posee un fuerte atractivo en materia de turismo cultural (el 70% de los atractivos turísticos son culturales). El perfil del turista de la ciudad de La Plata coincide con el de los visitantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (De Rito, 2019). Entre los atractivos turísticos culturales, se pueden mencionar el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Pettoruti, el Museo de Arte Contemporáneo Latinoamericano, el Museo Municipal de Bellas Artes, el Museo Gráfico y Fotográfico, el Centro Cultural Islas Malvinas, el Nuevo Teatro Argentino, el teatro Coliseo Podestá, el Palacio Municipal, la Casa de Gobierno, el edificio de la Legislatura Provincial, el Pasaje Dardo Rocha, la Catedral, el Museo de La Plata, la Casa Curutchet, y la República de los Niños. (Porta 2017).

Respecto a los espacios verdes se destaca el Paseo del Bosque, el Jardín Zoológico, el Observatorio Astronómico; la plaza Moreno, el Parque Ecológico, y la Estación de Cría de Animales Silvestres (ECAS). (Porta 2017).

En materia de turismo, los eventos en relación a negocios y congresos son los de mayor influencia en la ciudad, esto es debido a sus características y por el hecho de ser sede de importantes unidades académicas y un asiento natural de autoridades bonaerenses. Sin embargo en el último tiempo, debido a la incorporación del Estadio Único, La Plata también se ha convertido en el centro argentino de shows internacionales. Según Juan Osaba, ex presidente del EMATUR, la ciudad es una sede preferencial de mega eventos que benefician a múltiples sectores de la economía local y logran incentivar el turismo.

El estadio, brinda un lugar adecuado para que se realicen eventos multitudinarios, ya sean eventos deportivos, shows nacionales e internacionales, festivales, asambleas, encuentros, reuniones, actos políticos, entre otros. Esto se ha verificado en el último tiempo, ya que a partir del año 2011 los eventos musicales masivos, han generado un impacto en el turismo de la ciudad nunca antes experimentado.

El turismo de eventos en relación al ambiente musical, será el foco principal de esta investigación. Su compleja identidad es lo que lo hace interesante para su estudio y análisis. Se trata de un tipo de turismo que involucra otras tipologías estrechamente ligadas al mismo, como el turismo cultural o el turismo de masas y que a su vez, guarda una conexión personal con cada individuo participante.

Alojamientos

El alojamiento de la ciudad de La Plata consta de hoteles, hostels y departamentos de alquiler temporario. Varios de ellos se pueden encontrar y reservar a través de páginas de internet como los sitios oficiales de cada hospedaje o desde el sitio oficial de turismo de la ciudad: el “EMATUR”. También, es frecuente el uso de sitios de reserva online como tripadvisor.com, despegar.com, booking.com y mercadolibre. El total de plazas disponibles en La Plata entre la oferta formal e informal para el 2019 era de 3.549. (De Rito, 2019).

Hotel	Ubicación	Plazas	Estrellas
Grand Brizo Hotel	Av. 51 y Calle 9 no 715	206	5
Land Plaza	Calle 6 No 572 e/ 43 y 44	212	4
Howard Jhonson	Av. 51 y Calle 9 no 715	252	4
Apart Vía 51	Av. 51 N° 1162 entre 18 y 19	70	3
Days Inn	Av. 51 N° 511 entre 5 y 6	150	3
Hotel Catedral	Calle 49 N° 965 e/ 14 y 15	54	3
Hotel del Sol	Calle 10 No 1061 e/ 54 y 55	118	3
Benevento	Calle 2 esquina 45	68	3
Corregidor Hotel	Calle 6 No 1026 e/ 53 y 54	108	3
San Marco	Calle 54 N° 523 e/ 5 y 6	106	3

Hotel del Rey	Plaza Paso No180	80	3
Hotel Boutique City Bell	Diag. 93 N°173 e/ 13A y 13B	63	No especifica.
Saint James	Calle 60 N°377 e/ 2 y 3	42	2
Hotel Diamante	Calle 41 N°565 e/ 6 y 7	60	2
Hotel Avenida	Av. 13 N°1447 esquina 62	48	No especifica.
Hotel La Plata	Calle 51 n°783 e/ 10 y 11	No especifica.	No especifica.
Temporal Suites	Calle 4 N° 1330 e/ 59 y 60	No especifica.	No especifica.
Hotel García	2 n° 525 e/ 42 y 43	No especifica.	No especifica.
Hotel Roca	42 n° 309 e/1 y 2	No especifica.	No especifica.
Hotel Nova Estrella	1 n° 1865 ½ e/ 70 y 71	No especifica.	No especifica.
Hotel Roga	54 n° 334 e/ 1 y 2	No especifica.	2
Hotel Plaza	44 n° 358 e/ 2 y 3	No especifica.	1
Hostels			
Hostel El Pampa	Calle 42 n°426 e/ 3 y 4	No especifica.	No especifica.
Frankville Hostel	46 n° 781 e 10 y 11	No especifica.	No especifica.
Vendrás alguna vez	2 n° 1029 e/ 53 y 54	No especifica.	No especifica.
El Intercultural Hostel	Calle 49 n° 769 e/ 10 y 11	No especifica.	No especifica.
Casa do Sol	Calle 56 n° 885 e/ 12 y 13	No especifica.	No especifica.
Hostel Special Suites	Calle 3 1485 e/ 62 Y 63	No especifica.	No especifica.

Hostel Baldomero	Calle 55 367 e/ 2 y 3	No especifica.	No especifica.
Hostel Único	Calle 4 No 565 e/ 43 y 44	No especifica.	No especifica.
Hostel La Plata	Calle 50 N°1066 e/ 16 y 17	22	No especifica.
Hostel Quuko	Calle 11 N°1075 e/ 54 y 55	29	No especifica.

Fuente: Guía de alojamientos EMATUR, despegar.com y Trip Advisor.

Transporte

Respecto al transporte, el transporte terrestre es el más utilizado, principalmente los micros de larga distancia que convergen en la terminal de ómnibus de La Plata desde cualquier provincia del país.

Sin embargo, la principal fuente emisora de turismo para la ciudad de La Plata es la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La distancia entre estas dos ciudades es de 64km por autopista, el tiempo aproximado de viaje es de 45 minutos y el precio ronda los \$70 en peajes. Los transportes públicos más utilizados para viajar desde CABA a La Plata, o viceversa, son los siguientes.

Servicio.	Frecuencia.	Precio (en pesos).	Horarios.
Ferrocarril "Línea Roca".	24 minutos.	\$12.00	Desde 4:30am hasta 23:30hs.
Bus "Misión Buenos Aires".	Entre 30 y 40 minutos.	\$115	Desde las 4:30am hasta las 00:00.
Bus "Costera Metropolitana".	Entre 30 y 40 minutos.	\$115	Desde las 4:30am hasta las 00:00hs.

Fuente: Elaboración propia. Fecha: 11-08-21

ACCESOS TERRESTRES A LA PLATA		
Norte	Autopista Bue- LP	
Noroeste	Ferrocarril Roca	
Noreste	Av. Del Petroleo y Av, 60	
Oeste	Camino centenario y Camino Gral. Belgrano	
Sudoeste	Av. 520 y Av,44	
Sur	Ruta 36 y Av. 66	
Este	Ruta 11 y Av. Rio de la plata	

Fuente: De Rito, 2019.

Por otro lado, el transporte interno dentro de La Plata está compuesto por buses de varios ramales que realizan su recorrido por gran parte de la ciudad, con el sistema SUBE¹ para abonar el boleto. Los picos de demandas en este sector (horas pico de circulación de personas, eventos culturales, deportivos o recitales en el Estadio Único) colapsan el circuito de transporte local.

En 2017 el Municipio ha adquirido un Bus para prestar servicio de transporte bajo la responsabilidad del EMATUR, un avance sustancial que aún se encuentra pendiente de reglamentar para darle continuidad a esta acertada política pública de fomento turístico. Además, el trazado de la ciudad permite la fácil instrumentación de ciclo vías préstamos gratuitos de bicicletas (De Rito, 2019).

El programa “Movete en Bici” es el Sistema de Transporte Público en Bicicletas de la Ciudad de La Plata. Como parte de este programa, la Comuna viene adaptando la ciudad al uso de las bicicletas. Para ello, se creó una red de bici sendas de más de 25 kilómetros y se demarcaron más de 35 kilómetros de vía pública para el uso de los ciclistas en todo el Partido.

Esto además vinculado al turismo de la ciudad, en diciembre del 2020 la Secretaría de Espacios Públicos de la Comuna y el Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR) pusieron a disposición para residentes y turistas el programa “Bicitando la Ciudad”, el cual invita a conocer a bordo de una bicicleta los espacios más emblemáticos de La Plata a través del relato de guías expertos. Este programa se desarrolla los días miércoles, viernes, sábados y domingos, a las 10 de la mañana y cuenta de paseos por varios circuitos históricos.

¹ SUBE: Sistema Único de Boleto Electrónico. Permite abonar el pago del arancel del transporte público mediante una tarjeta recargable en centros SUBE y kioscos.

Otros servicios

Salud: La ciudad de La Plata cuenta con 10 hospitales públicos y una red de 47 centros sanitarios municipales públicos, para la atención de casos de menor complejidad, que brindan servicio las 24 horas del día. La ciudad, proporciona amplias posibilidades de acceso a la atención médica y adaptable a la realidad económica de cada visitante. (De Rito, 2019).

Gastronomía: La calidad de algunas ofertas consolida a este eslabón de la cadena como producto turístico. Dada las características de la actividad, demandas adicionales podrían ser satisfechas por la infraestructura actual. (De Rito, 2019). Cabe aclarar, los datos sobre los que se basa este análisis fueron recabados antes de la pandemia COVID-19 y las medidas de aislamiento social, preventivo y obligatorio pueden haber llevado a cambios en los mismos.

II La Música

Desde su aparición, la música se ha posicionado en la sociedad de diversas formas. En la actualidad, y haciendo foco en el estilo de música emergente, los músicos han incorporado a la gestión de sus proyectos musicales, una manera activa de relacionarse con distintos actores e instancias que median y articulan la música, produciendo así, una agitación cultural rica y heterogénea. Se trata de varios jóvenes vinculados a la música de maneras que exceden el manejo de un instrumento, agrupados con el objetivo de empezar a tener cierta presencia en “la escena” o “el mercado”. (Boix, 2013).

Es un mundo del arte singular articulado en torno a la producción de música, plagado de jóvenes que se reconocen a sí mismos como parte de una generación, exhiben como importantes valores, la gestión de la propia práctica musical (generalmente, pero no siempre, reivindicada bajo el término “autogestión”), la “independencia” y también formas de relacionarse entre ellos, más “solidarias” y “relajadas” que las de las generaciones anteriores. (Boix, 2013).

Catalogados como indies, independientes o emergentes, es una categoría de identificación y autoidentificación bastante generalizada como recurso, lo que hace que viva, como categoría, un interminable proceso de redefinición. (Boix, 2013).

El término indie se ha vinculado en un primer momento histórico, a las condiciones de producción y circulación de las obras musicales. De acuerdo a la bibliografía especializada, a partir de los años noventa y hasta la actualidad, en momentos variables de ese período y según los diferentes países, el indie dejó de ser una abreviatura y de referir a unas específicas, aunque heterogéneas, circunstancias de producción, para pasar a denominar un género (Hesmondhalgh 1999 en Boix, 2013) o bien un tipo particular de música.

Peña Boerio (2011 en Boix, 2013) describe el circuito indie como una clasificación en la música juvenil urbana que combina nuevos modos de consumo y producción, considera al indie como una identidad socio estética generacional de clase media posterior a Cromañón.

Los usos de la palabra se expandieron para nombrar, no sólo a algunos grupos musicales, sino actitudes, formas de trato, sensibilidades, estilos emocionales, modas en cuanto a la apariencia personal, etc. No se constituye exactamente en una fracción vanguardista que disputa la legitimidad dominante a partir de la clásica idea de la pureza de un arte cada vez más separado de un público no entendido o no profesional. Estos actores, en realidad, estructuran otros modos de legitimación, basados en una lógica de producción propia. (Bourdieu 2010: 91 en Boix, 2013).

“Música para Camaleones” producido de forma colectiva por Trànsit Projectes (2012), quiere demostrar que la novedad radica en el “cómo”, es decir, en la metodología de trabajo. Es esta forma la que hace “destacar la belleza de una piel en apariencia tan poco singular que se parece a todas las otras pieles”. (Trànsit Projectes 2012: 18 en Boix, 2013). En otras palabras, la singularidad no está desde esta perspectiva en la obra por sí misma, sino en la forma de producirla. (Boix, 2013).

La configuración musical emergente, las posibilidades de producción y gestión de la música y, por lo tanto, las premisas mismas que suponen la profesión y sus diversas posibilidades, se redefine a pasos agigantados a través de una agencia tecnológicamente habilitada. (Boix, 2016). En este panorama donde es posible componer, grabar, difundir y consumir los productos musicales sin salir de casa, comenzaron a surgir distintos tipos de emprendimientos de músicos que intentan posicionarse en la nueva situación. Las prácticas habilitadas por nuevas tecnologías, ahora mucho más accesibles al gran público, permiten una relación diferente con los medios de producción y reproducción de música. Estas tecnologías son coextensivas a las prácticas de producción musical. (Boix, 2013).

La independencia es un atributo que los músicos buscan, y responde a una lucha en la que cada caso empírico realiza una ponderación concreta de diferentes valores y actitudes asociados a la independencia. La noción de independencia, aparece fuertemente asociada a la idea de libertad, no tanto la estética, sino la de hacer las cosas del modo en que quieren.

La música independiente (como concepto de formación social), surge como una respuesta que músicos, intermediarios y otros actores dan a la crisis del mercado discográfico que comienza en Argentina en 1999. (Quiña 2009^a en Boix, 2013). Se trata de una situación laboral autogestiva, creativa y multidisciplinaria tanto como flexible e informal, donde la obtención de dinero importa pero no asume centralidad para la continuidad de la actividad, dada la fuerte capitalización por vía familiar de los jóvenes [Woodside Woods, Jiménez López y Urteaga Castro Pozo (2011) en Boix, 2013].

En la “escena independiente”, las producciones no pueden separarse de las nuevas tecnologías que habilitan formas de producción “hogareñas” y/o más fácilmente accesibles, además la digitalización, también les permite articular estéticas visuales y sonoras en convergencias y conexiones inimaginables. Se presenta una confluencia entre las artes en “fechas” que pueden ser recitales de música y a la vez de poesía, al mismo tiempo proyecciones y ferias de objetos, protagonizadas por personas que pueden definirse en simultáneo a partir de su hacer en la música, el diseño, el dibujo, la escritura, etc. (Boix, 2013).

Por otro lado, entre el 2011 y 2017 surge un nuevo formato de reunión que caracteriza a la escena bonaerense: las ferias. Estas aparecen como una manera alternativa de comercio y de sociabilidad, las cuales, se asemejan a las ferias de discos y fanzines de la década del ochenta. Algunas de ellas, se organizan a la entrada de recitales, tomando como modelo los puestos de merchandising de los recitales de bandas internacionales. Otras, prescinden del concierto y el objetivo es la difusión de la cultura del estilo musical. (Calvo, 2018).

La escena perdura gracias al amateurismo y la pasión musical presente, no solo en la existencia de bandas semi profesionales, sino también en los modos de producción de conciertos. En la provincia de Buenos Aires, muchas veces son los conjuntos musicales los que ofician de productores de recitales y una manera de poder llevarlos a cabo, es a través del formato del festival, en donde participan varias agrupaciones. Muchas veces, bandas de diferentes ciudades intercambian la participación de recitales, por lo que existe una gran

circulación intra-provincial. En otros, son los propios fans quienes colaboran con la administración o hacen de productores. (Calvo, 2018).

“Las escenas de la música dependen de instituciones para su supervivencia” (Wallach y Levine, 2013: 121 en Calvo, 2018). De acuerdo a los autores, estas instituciones son disquerías, roquerías, salas de ensayo, estaciones de radios independientes o colegiales y, en especial, espacios para el desarrollo de recitales.

La circulación de música de la escena global en la provincia de Buenos Aires que posibilita el acceso a ella se da, en la actualidad, a través de medios de comunicación especializados (revistas y programas de radio e internet por medio de plataformas de reproducción de música como Spotify y Soundcloud; redes sociales como Facebook e Instagram; sitios de videos como YouTube; y estaciones virtuales de radio de diferentes países) (Calvo, 2018). Hoy los espacios contemporáneos por excelencia donde se materializa una sociabilidad musical son los sellos, y a otras instituciones a pequeña escala. (Boix 2013)

Palmeiro (2005), entiende a los sellos independientes de la ciudad de Buenos Aires como pequeñas y medianas empresas (PyMEs) fonográficas, focalizando en la cadena de valor de la industria discográfica, sus participantes, costos de producción, ingresos y rentabilidad de los proyectos independientes. (Boix, 2013).

El sello, como una institución sobre determinada, define la experiencia de una generación con la música, una experiencia indiferenciadora de públicos y músicos que es la vez estética y social, donde la moral y la economía se intersectan para dar lugar a un tipo particular de prácticas de gestión, en el marco del tendido de redes específicas de sociabilidad. (Boix, 2013).

Cuando se habla de sello, se habla por lo general de un colectivo de personas que se define en primer lugar, a la producción de música, ya sea su edición en discos -físicos y/o virtuales- y/o su presentación en eventos de variado tipo. (Boix, 2013).

El sello funciona como: 1. una convergencia de redes de cooperación, a modo de un núcleo que conecta personas y saberes, tanto artísticos, como administrativos y comerciales, necesarios para producir música de forma independiente; 2.- una estrategia de comunicación conjunta” o una manera, de “enfrentar la escena” con el propósito de “ser más fuerte”, en el sentido de la menor dificultad para armar fechas o darse a conocer que sería consecuencia de la reunión. (Boix, 2013).

Música en La Plata

En la ciudad de La Plata, en el mundo de la denominada música indie y sus flexibles fronteras de sensibilidad, los jóvenes que se hallan en un momento de emergencia, se sintetizan, en parte, en una organización social productora de música “sello” donde la preocupación por la profesionalización no es central entre ellos. (Boix, 2016).

Los sellos de La Plata, son instituciones claves de la escena emergente. En estos se materializa una sociabilidad estética, se sostienen proyectos musicales que exceden la

edición de discos y se amplían las participaciones posibles de los sujetos en la música. En relación con este último punto, en comparación con generaciones de músicos anteriores, adquieren la gestión de su propia música. (Boix, 2016). Uf Caruf, Dice Discos, Concepto Cero, Mandarinas Records, Cala, Tomas del Mar Muerto, Tsunami Records, Laptra, Choco Discos, Tigra, Tupé Records, entre otros, pueden contarse entre los sellos activos en la ciudad (Boix, 2013).

A través de sus prácticas al interior de la escena musical, estos actores redefinen las formas en que se produce y se consume lo que ya ha sido señalado para otros contextos, especialmente, en el cruce de la juventud y los usos de las nuevas tecnologías (Martín Barbero 2009, García Canclini 2004, Vila 2010 en Boix, 2013) generando la actualización del uso del término prosumidores (del inglés “prosumers”, acrónimo formado por la fusión de las palabras producir –productor- y consumer –consumidor-). (Weber y Mitchell (2008: 27) en Boix, 2013).

Estos sellos, suelen ser identificados en La Plata con la “escena independiente”, un conglomerado de “redes” de trabajo colaborativo, que cuenta con escasos lugares físicos propios y exclusivos de la escena y que se despliega especialmente durante el período escolar, es decir de marzo a diciembre. Esta escena tiene a los estudiantes universitarios como sus protagonistas: todos ellos, aunque no sean músicos, se hayan implicados de alguna manera en la producción estética en su más amplio sentido, su comunicación a través de distintos medios (redes sociales, radios comunitarias y universitarias, revistas, fanzines, blogs, secciones especializadas en los periódicos locales, etc.) y su consumo.

Los músicos y artistas de la escena independiente o emergente, comparten una noción de La Plata como ciudad joven y universitaria. Un imaginario común, es que lo que jerarquiza a La Plata, es “la movida de la gente” y que, a diferencia de la capital del país, “todo queda cerca”, además de ser una ciudad con “otra frecuencia” y “otros tiempos” (Boix, 2016).

La Plata se constituye en un espacio geográfico manejable y amigable, construcción afín a la propia articulación moral de su mundo musical. El periodismo y analistas académicos la definen como una ciudad “joven” y “estudiantil” que produce rock interdisciplinario, “artístico” y que no está tan expectante de triunfar en las grandes ligas –llámense firmar con una multinacional o tocar en la Ciudad de Buenos Aires. (Boix, 2016).

Vicentini (2010 en Boix, 2013), en un trabajo anclado en la preocupación por la relación entre la música y la juventud, afirma que La Plata es una “ciudad de jóvenes” y que el carácter universitario es un factor que incide notablemente en el rock que allí se produce.

Podría decirse que en La Plata, la mayoría abrumadora de la música producida se inscribe en el sector independiente, en el sentido convencional de que no tiene contratos con grandes sellos discográficos o compañías multinacionales (Yúdice 2008: en Boix, 2013).

En La Plata el indie es rock, pero no sólo como “actitud”, sino también por su familiaridad con las sonoridades y las formaciones de banda más arraigadas en la imaginación del rock como tradición (Boix, 2013). La inclinación por lo relajado y por el lo fi (grabación de baja fidelidad que amplía su sentido hacia un enfoque estético en la producción musical),

encuentra una legitimidad propia que, sin dejar de alterizar con ellos, no tiene sin embargo necesidad de responder a los cánones dominantes de lo “virtuoso” y del “buen sonido”. (Boix, 2013).

Otro aspecto importante de la escena, es que el momento en donde se materializa la cultura de la música, es en el recital. (Weinstein, 2000 en Calvo, 2018). Los lugares para tocar son en los comienzos centros de estudiantes, casas de vecinos o cualquier lugar y, lo que orienta las preferencias, es la convicción de no pagar para tocar (Boix, 2013). Sin embargo, hay pocos lugares disponibles para realizar conciertos. De esta manera, las bandas buscan lugares alternativos como plazas, clubes barriales y sociedades de fomento. No obstante, esta problemática solo es padecida por las bandas amateurs, ya que para las bandas profesionales locales y, especialmente, las extranjeras están disponibles teatros y estadios con mejores condiciones de producción y de infraestructura (Calvo, 2018).

El espacio favorito de las bandas en La Plata es el bar Pura Vida, ubicado en la diagonal 78 entre 8 y 61, a pocos metros de la Facultad de Bellas Artes- abre generalmente de jueves a domingo, y tiene una programación exclusiva de bandas “independientes” de estilos diversos (Boix, 2013).

Los espacios culturales más utilizados, son sitios como Casa C’est la vie, Galería Mal de Muchos, Librería y Galería Siberia, Club Galería Cösmiko, que ponen en escena a una nueva camada o generación de productores culturales en el dibujo, la pintura, el graffiti, el grabado, la música y la producción audiovisual (López 2013 en Boix, 2013). El espíritu intimista de estos espacios, el trato amigable y cálido y su cuidada programación de bandas y DJs, los ubican como un lugar de fuerte identificación estilística y moral con las bandas del mundo indie (Boix, 2013).

Para La Plata, López (2013 en Boix, 2013) sostiene que los espacios culturales, lugares de encuentro para los participantes de la música emergente local, son también muchas veces sostenidos por colaboraciones enmarcadas en redes de afinidades y apoyos de amigos y conocidos. Estos espacios culturales, suelen pertenecer al movimiento *under*² de la música, es por ello que no figuran como atractivos turísticos de la ciudad.

Recapitulando, la musicología explica que en una misma sociedad pueden coexistir diferentes géneros musicales que nutren una única identidad de la sociedad en cuestión, pero también, la música es entendida como una cultura en sí misma donde se unifican varias culturas pre-existentes. Un ejemplo de esto es el indie, el cual, es una categoría de identificación y autoidentificación de personas independientes vinculados a la música.

Paralelo a esto, la música es una práctica social evidenciada en los músicos cuando incorporan hábitos de gestión a sus proyectos musicales en donde, consecuentemente, surge una manera activa de relacionarse con distintos actores e instancias que median y articulan la música. Por ejemplo los sellos, son instituciones que actúan como espacios

² Movimiento under: movimiento alternativo a la cultura tradicional, en este caso, reflejada en la música.

contemporáneos por excelencia, materializando una sociabilidad musical y funcionando como colectivo de personas que produce música y/o presentaciones en eventos.

La ciudad de La Plata no queda exenta de esta caracterización, de hecho, es una ciudad rica en juventud vinculada a la música de gestión y producción independiente. La capacidad y el potencial para hacer música, compartirla y sostenerla dentro de la escena es más que suficiente para que suceda, aunque no quedan excluidos los problemas que deben afrontar, como la falta de espacios para tocar.

Es aquí donde se origina la idea de relacionar las políticas culturales municipales de la ciudad, con el nuevo movimiento *under* musical. En principio, proporcionar un espacio cómodo para tocar y reunirse, y luego, convertir dicho acontecimiento, en una atracción turística provincial y nacional para la ciudad. Aprovechar este atributo sería oportuno para potenciar las capacidades musicales de la ciudad de La Plata, promover el amateurismo y la pasión de los jóvenes en la producción y gestión de sus propios proyectos independientes y fomentar una cultura que enerva muchas otras.

III El Estadio

El Estadio Único Ciudad de La Plata, ubicado entre las avenidas 32, 526, 25 y la calle 21, es un gran estadio de fútbol propiedad de la Provincia de Buenos Aires y administrado en conjunto por el Gobierno provincial, la Municipalidad de La Plata y los dos clubes de fútbol más importantes de la ciudad, Estudiantes y Esgrima de La Plata y El Club de Gimnasia y Esgrima La Plata. Por encontrarse sobre la avenida circunvalación, de fácil conexión con la autopista La Plata-Buenos Aires, se constituye como un lugar accesible al público de Capital Federal y Gran Buenos Aires

El estadio fue inaugurado parcialmente en 2003, y en 2011, se completaron las obras proyectadas, convirtiéndose en un gran atractivo para la ciudad. Con capacidad de hasta 45.000 espectadores, es empleado no solo en la realización de distintos eventos deportivos sino también artísticos, mayormente recitales de rock.

A un año de su reinauguración, un informe sobre la industria de los shows musicales de la empresa norteamericana Pollstar, posicionó al Estadio Único en el quinto lugar de los estadios más concurridos del mundo en relación a eventos musicales. Cada evento desarrollado en el Estadio implica un cambio en la rutina cotidiana de la ciudad, sobre todo en lo respecta a la generación de puestos de trabajo y actividades comerciales.

Historia

Hasta la actualidad, no hay estudios académicos sobre el Estadio Único de ciudad de La Plata que nos permitan recorrer su historia con el fin de entender, no solamente su relación con la ciudad, sino además, su importancia como atractivo turístico en la misma. Para esto, elaboraremos una cronología en base a los datos obtenidos de la página oficial del Estadio Único de La Plata.

La idea del proyecto comenzó en 1947 cuando el gobernador Domingo Mercante expropió el predio ubicado en el cruce de las avenidas 32 y 25 y conformó el Complejo Deportivo La Plata. En 1972, el Estado Nacional promovió el primer Concurso de Anteproyectos para la realización de la obra. Dicho interés del Estado Nacional surgió cuando se promueve a La Plata como subsede de la Copa Mundial de Fútbol de 1978.

De esta manera, en 1989, a partir de la convocatoria del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires y de la Municipalidad de La Plata, los clubes platenses, Estudiantes y Gimnasia se constituye una comisión para la construcción y la administración de un complejo dedicado, integralmente, a la práctica de fútbol y otras disciplinas deportivas.

Así, tras analizar varias alternativas, se determinó la construcción de la cancha en el terreno del Centro de Educación Física Nº 2, dado que reunía las mejores condiciones de localización y accesibilidad. En enero de 1992 se promulgó la ley Nº 11.118, la cual establecía afectar ese predio para la construcción de la misma. El 21 de abril de 1992 quedó constituida la "Fundación Estadio Ciudad de La Plata", institución integrada por el estado provincial, el estado municipal e igualmente por representantes de los clubes Estudiantes y Gimnasia.

Luego, se llamó a Concurso Nacional de Anteproyectos, junto a los Colegios de Arquitectos e Ingenieros, y en abril de 1993, sobre un total de 79 trabajos, el jurado (integrado por la Fundación y los Colegios profesionales) le otorgó el primer premio a la propuesta del arquitecto argentino Roberto Ferreira.

En 1996 se estableció por ley que, el Poder Ejecutivo provincial, se adjudicaba la administración y ejecución de las obras y, al año siguiente, que la Unidad Ejecutora convocaba a concurso público de ofertas para la ejecución del trabajo. Un año después se comenzaron a construir los soportes del techo. Y en 1998, se colocó la piedra fundacional para dar oficialmente inicio a los trabajos en el Estadio. Las obras estuvieron detenidas por problemas económicos y, en el año 2000, se llamó a una nueva licitación para la adjudicación de la inversión con vistas a su habilitación en mayo de 2003. La inauguración se realizó el 7 de junio de ese año.

En 2008 el Gobernador Daniel Scioli, tomó la decisión política de reanudar las obras de finalización del estadio y el techado; estas se llevaron adelante a lo largo de dos años, junto con la colocación de un cubo central de pantalla LED, la construcción de palcos y plateas VIP, la disposición de nuevos estacionamientos dentro del predio, la iluminación compatible con la televisión de alta definición y un campo de juego móvil que permite ser desmontado en 48 horas para la realización de otros eventos y espectáculos artísticos, culturales y deportivos.

Por decreto N° 1659/08, se dispuso la creación de la "Agencia Administradora Estadio Ciudad de La Plata", como órgano desconcentrado dependiente de la Secretaría General de la Gobernación, estableciéndose entre sus acciones las de desarrollar las acciones tendientes al mantenimiento, refacción y ampliación de la infraestructura del Estadio Ciudad de La Plata, confiriéndole la facultad de celebrar convenios y contratos con organismos públicos, entidades privadas de derecho público y con personas físicas y jurídicas, a los fines del cumplimiento de sus cometidos. Siendo su función proponer, diseñar, evaluar e implementar las políticas necesarias para la administración del Estadio Ciudad de La Plata; así como también evaluar y disponer las medidas necesarias para su uso y explotación. Esta entidad coordina, además, la elaboración de planes anuales de obras y actividades de explotación con la Fundación Estadio Ciudad de La Plata.

El acto de apertura realizado el 17 de febrero de 2011, contó con la presencia de la Presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner. El espectáculo inaugural se desarrolló sobre el campo de juego con un despliegue de 1200 personas en escena.

Características

El campo de juego es móvil, único en su tipo en Latinoamérica. Está conformado por 5.796 módulos de PVC (tipo macetas) de 1.16 m por 1.16 m que contiene el césped y su sistema de drenaje. Esta modalidad permite que el campo de juego pueda ser desmontado en 48 horas para la realización de otros eventos o espectáculos, sin afectar el césped.

El techo está conformado por una red espacial de cables y piezas de acero sobre la que está montada una membrana arquitectónica (de fibra de vidrio recubierta con teflón) que

cubre completamente las gradas y la mitad del camino superior, dejando al descubierto el campo de juego. El Estadio posee cuatro pantallas led de siete por cinco metros cada una, ubicadas estratégicamente para que puedan ser visualizadas por todos los espectadores.

Posee un sistema de iluminación con una potencia de 2.400 lux, que está montado sobre la estructura que conforma el techo, en un sector de pasarelas previsto para tal fin. En total son 220 los artefactos que proveen la iluminación cuya potencia es compatible con la televisión de alta definición (HDTV).

El Estadio cuenta con 182 palcos con distintas capacidad y ubicación, todos ellos equipados con LCD, heladera y aire acondicionado. Su acceso es completamente electrónico. En el medio de los palcos cabecera, se ubican dos multiespacios destinados a confitería y living-estar. Posee además playroom para niños.

En tanto a la accesibilidad y seguridad, el estadio posee 8 rampas de ingreso de 10 metros de ancho cada una y acceso a las tribunas desde la parte superior del predio. Cuenta con 12 puestos fijos de seguridad y 95 molinetes de control peatonal. El campo de juego está rodeado de un foso perimetral que lo separa de las tribunas. Todo el predio es controlado desde un Centro de Monitoreo que recibe la señal de las 30 cámaras de seguridad distribuidas en distintos sectores. La evacuación total del estadio se realiza en 7 minutos. En el caso de los eventos masivos se contratan a empresas CAP (Controladores De Acceso Y Permanencia), las cuales manejan una gran cantidad de empleados y se radican en Buenos Aires.

Eventos realizados en el Estadio Único

Eventos deportivos

El Estadio Único fue sede de eventos deportivos como la Copa Sudamericana 2008, la Copa libertadores 2009, utilizado para partidos de primera división, competencias internacionales, clásicos de la ciudad de La Plata y partidos de la selección argentina de fútbol en amistosos. También fue sede en la Copa América 2011 y de la Rugby Championship en 2012, 2013, 2014 y 2015.

Eventos políticos

El estadio ha sido anfitrión de eventos políticos de distintas índoles. El último realizado fue el 17 de diciembre del 2020, donde Alberto Fernández, actual presidente de Argentina, se reunió con la vicepresidente Cristina Fernández de Kirchner, el gobernador de la provincia de Buenos Aires Axel Kicillof, la vicegobernadora de la provincia de Buenos Aires Verónica Magario, y el presidente de la Cámara de Diputados de la Nación Argentina Sergio Massa.

Posta de vacunación contra el COVID-19

A raíz de la pandemia mundial, el Estadio Único de la ciudad de La Plata es utilizado como puesto de vacunación. (Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, 2021).

Encuentro nacional de mujeres

El Encuentro es un evento único en el mundo que alberga a cientos de miles como protagonistas que logran autoconvocarse año tras año, a pesar de los innumerables cambios políticos, económicos y sociales. Los encuentros son posibles gracias a sus principios organizativos que se sostienen a lo largo de los años. Estos encuentros tienen la particularidad de ser: autónomos: no dependen de ningún gobierno, fundación, partido político, ONG, etc; autoconvocados: desde cada rincón del país se convocan a título individual y se organizan para viajar entre todas; autogestionados: se gestiona todo lo necesario para la organización; federales: la sede recorre todo el territorio; plurales: se escuchan diversidad de voces; democráticos: el mecanismo del consenso ha permitido llevar a fondo la democracia grande donde todas las voces son escuchadas.

El espíritu de este evento es encontrarse, debatir, generar y compartir conocimientos, reflexionar acerca de las problemáticas que atraviesan, buscar alternativas y generar nuevas propuestas.

La propuesta es nuevamente ampliar el horizonte de debate, con el objetivo de fortalecer las bases del movimiento de mujeres, incorporando la idea de incluir plurinacional y la ampliación de las identidades que componen el nombre del encuentro.

La 34° edición del Encuentro Nacional de Mujeres que se realizó en La Plata, entre del 12 al 14 de octubre de 2019, tuvo 200 mil asistentes. En él, se realizaron 87 talleres y se llevaron a cabo 10 charlas – actividades. Además, se declaró de interés provincial, de interés legislativo por la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires, por el Concejo Deliberantes de Berisso y Ensenada y de interés académico por la Universidad Nacional de La Plata. (Capbauno, 2019).

Pista de automovilismo

En el año 2013, el estadio fue utilizado como pista de automovilismo para realizar el turismo competición 2000. A fines de 2012, con el objetivo de desarrollar una competencia especial dentro del estadio, la dirigencia del Turismo Competición 2000 realizó una serie de tratativas con el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires para la concreción de la carrera. Logrado el acuerdo, comenzaron las pruebas de los vehículos, debiendo, para esto, retirar el césped removible, dejando al descubierto la base de cemento sobre la cual se dispone el campo de juego.

La 10° fecha del calendario 2013 del Súper TC 2000 se organizó, finalmente, en el Estadio Único de La Plata, improvisando un circuito desmontable, apto para competencias «mano a mano» entre dos vehículos, con modalidad de «carreras espejo» en las cuales los competidores corren en eliminatorias de ida y vuelta. (Infobae, 2013).

Monster Jam

El espectáculo que propone Monster Jam trata de gigantescos autos modificados y personalizados de 4,5 toneladas que vuelan por los aires y realizan movimientos electrizantes, maniobras de alto riesgo a cargo de pilotos profesionales.

La Monster Jam realiza más de 350 presentaciones en vivo cada año alrededor del mundo, en La Plata fueron más de 30 mil personas quienes asistieron por día al show. (Infobae, 2018).

Asamblea internacional de Testigos de Jehová

La Plata, 2019.

En la ciudad de La Plata se llevó a cabo el cierre de la asamblea internacional que realizaron los Testigos de Jehová en Argentina. Los creyentes se reunieron en el Estadio Único. En cada una de las jornadas asistieron más de 50 mil personas.

El evento fue declarado de Interés Cultural por la Ciudad de Buenos Aires y se considera una revolución, no solo para la comunidad creyente del país, sino también para gran parte de la industria hotelera: 41 son los hoteles de la ciudad encargados de hospedar a los visitantes. (Diario digital 0221, 2019).

Conciertos

Además, el predio deportivo, se utilizó también, en reiteradas ocasiones, como espacio de encuentro entre las bandas nacionales e internacionales, que presentaban su show, y sus seguidores de todo el país.

Internacional / Nacional	Artista	Año	Asistencia
I	Joan Manuel Serrat	2004	7000
N	Los Piojos	2004/2007	35000
N	Indio Solari	2005/2008	80000
N	La Renga	2007/2009	40000
I	La Vela Puerca	2008	35000
I	No Te Va Gustar	2009/2012/2014/2017	35000
N	Los Fabulosos Cadillacs	2009	40000
I	U2 / Muse	2011	58000
I	Guns N' Roses	2011	45000

I	Aerosmith	2011/2016	45000
I	Pearl Jam / X	2011/2015	45000
I	Britney Spears	2011	30000
I	Las Pastillas del Abuelo/ Los Guasones/ El Bordo	2012/2013/2014	
N	Charly García	2012	
N	Black Sabbath / Megadeth	2013	40000
I	Las Pelotas / Dread Mar - I / Los Auténticos decadentes	2013	30000
N	Metallica	2014	60000
I / N	Foo Fighters / Kaiser Chiefs/ Eruca Sativa	2014	35000
N	Romeo Santos	2015	45000
I	The Rollings Stones	2016	30000
I	Coldplay / Dua Lipa	2016/2017	50000
I / N	Paul McCartney / El Kuelgue	2016	55000
I	Ed Sheeran	2017	40000
N	Los Caballeros de la Quema	2017	35000
I	Guns N' Roses / The Who	2017	45000
I	U2 / Noel Gallagher's High Flying Birds	2017	48000
I	Bruno Mars / DNCE	2017	50000
I	Depeche Mode	2018	45000

I	Roger Waters	2018	40000
I	Ska -P	2019	16000
I	La Polla Records	2020	15000

Fuente: Elaboración propia.

Festival emergente Ciudad de La Plata

El Festival Provincia Emergente se estableció desde 2016 como la mayor celebración de la música y la cultura rock bonaerenses, con lo más destacado de la escena joven platense y de toda la Provincia de Buenos Aires. Más de 740.000 personas disfrutaron las cuatro ediciones del festival que se realiza en el Estadio Único Ciudad de La Plata, donde durante tres días se suceden decenas de actividades y espectáculos gratuitos en disciplinas como música, cine, danza, fotografía, stand up, literatura y arte callejero, entre muchas otras. Provincia Emergente aborda las disciplinas vinculadas a la cultura joven –música, cine, fotografía, stand up, literatura, arte callejero, moda, entre muchas otras– desde una perspectiva diferente, para dar a conocer un mundo nuevo de artistas locales que rompen con los formatos clásicos y buscan sorprender al público. Al mismo tiempo, el festival es un espacio de encuentro generacional entre ese arte emergente y el ya consagrado.

En este festival, el Estadio Único Ciudad de La Plata, se convierte en la mayor sede de celebración de la música y la cultura urbana bonaerenses. La cuarta edición del Festival Provincia Emergente (2019) tuvo más de 212 actividades y espectáculos a cargo de 557 artistas en 31 disciplinas; todo, como siempre, con entrada libre y gratuita. Organizado por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. (Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, 2019).

Pandemia

La Plata, 20 de Marzo de 2020

Atendiendo a la medida dispuesta por el gobierno nacional, sobre mantener el aislamiento social preventivo y obligatorio, el director de la Agencia Administradora Estadio Ciudad de La Plata, Felipe Vismara, dispuso el cierre del Único para garantizar el aislamiento y resguardo de sus trabajadores.

El funcionario estableció guardias mínimas que aseguren la operación, mantenimiento y seguridad del Estadio. Actualmente el Estadio es utilizado como depósito del gobierno provincial para guardar parte de los alimentos que a diario se reparten en diferentes puntos de la Provincia de Buenos Aires. La continuidad laboral y la mayoría de las funciones continúan priorizando el mantenimiento de la cancha, que luce en inmejorables condiciones por el tratamiento con lámparas de energía.

El presidente Alberto Fernández decretó la cuarentena total en el país, para reforzar aún más las acciones preventivas contra el coronavirus en la Argentina. En el decreto, se

establece la prohibición de realizar eventos culturales, recreativos, deportivos, religiosos, o de otra índole; que impliquen la concurrencia de personas. En esa línea es que Vismara dispuso la suspensión de la agenda de actividades del estadio.

Estas medidas se suman a la realizada por la Confederación Sudamericana de Fútbol, que había comunicado días atrás el aplazamiento de la edición 47º de Copa América; a disputarse en junio entre Argentina y Colombia, una de cuyas sedes era el Estadio Ciudad de La Plata. Además, se había diagramado una agenda de eventos que contemplaba la llegada de artistas reconocidos como La Renga o espectáculos como el Monster Jam para la segunda mitad del 2020.

IV Evaluación del atractivo.

El Estadio Único de la ciudad de La Plata es sin dudas un atractivo turístico importante para la ciudad. El correcto uso y aprovechamiento del mismo se hace indispensable para obtener retribuciones económicas minimizando los efectos adversos que se pudiesen generar. Para ello, se ha propuesto la implementación de políticas turísticas especializadas que regulen la gestión del estadio y el desarrollo de eventos multitudinarios.

Con el fin de aportar información útil para el campo de estudio en cuestión y proyectos relacionados, se expondrá un diagnóstico del Estadio Único de la ciudad de La Plata en relación al turismo de eventos (principalmente recitales) y a su contexto, exponiendo y desarrollando brevemente, características favorables y características desfavorables. Además se analizarán los tipos de las políticas turísticas implementadas en la ciudad de La Plata en relación al Estadio Único y la fase actual en que se encuentra cada una de ellas.

Comenzando por sus características favorables, la accesibilidad, es un punto fuerte en los atributos del Estadio Único de la ciudad de La Plata. El Estadio, está ubicado entre las avenidas 32, 526, 25 y la calle 21. Desde su planificación, se determinó la construcción de la cancha en el terreno del Centro de Educación Física N° 2, dado que reunía las mejores condiciones de localización y accesibilidad. El predio posee 8 rampas de ingreso de 10 metros de ancho cada una y acceso a las tribunas desde la parte superior. Respecto a su capacidad, instalaciones y tecnología (descriptas en el capítulo III "El Estadio"), el estadio, puede albergar hasta 45.000 espectadores cómodamente, lo cual, es otro atributo importante a destacar.

Otra característica a remarcar es la cercanía que tiene con Buenos Aires, por encontrarse sobre la avenida circunvalación, de fácil conexión con la autopista La Plata-Buenos Aires el estadio, se constituye como un lugar accesible al público de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Además, el acceso a la ciudad tanto por auto particular como por transporte público resulta simple y económico.

La gestión del Estadio Único es otro punto a favor, puesto que es administrado en conjunto por el Gobierno provincial, la Municipalidad de La Plata, el club de Estudiantes y Esgrima de La Plata y el club de Gimnasia y Esgrima La Plata. La "Agencia Administradora Estadio Ciudad de La Plata", funciona como órgano desconcentrado dependiente de la Secretaría General de la Gobernación, estableciéndose entre sus acciones las de desarrollar las acciones tendientes al mantenimiento, refacción y ampliación de la infraestructura del Estadio Ciudad de La Plata, confiriéndole la facultad de celebrar convenios y contratos con organismos públicos, entidades privadas de derecho público y con personas físicas y jurídicas, a los fines del cumplimiento de sus cometidos. Esta entidad coordina, además, la elaboración de planes anuales de obras y actividades de explotación con la Fundación Estadio Ciudad de La Plata.

Dada sus características, el Estadio Único de la ciudad de La Plata, posee una amplia variedad y posibilidad de usos, su versatilidad, le proporciona el potencial para poder

realizar recitales, eventos culturales, shows no musicales, actos políticos, reuniones de diferentes índoles, entre otros.

El sector turístico de la ciudad involucrado en las actividades del Estadio Único, es el encargado de organizar eventos, festivales y recitales que funcionan como actividades musicales. Además de las actividades realizadas en el estadio y siguiendo el objetivo de consolidar a la Ciudad como producto turístico a nivel regional y nacional, la Subsecretaría de Desarrollo Económico del Municipio, elaboró el Plan Estratégico de Turismo Receptivo 2020 (MLP 2018) y llevó a cabo un concurso público para implementar la marca destino en el que participaron 60 profesionales. (De Rito, 2019).

Respecto a la ciudad, La Plata presenta un alto grado de actividad cultural, muchas de ellas vinculadas a la música, como por ejemplo el llamado “rock platense”, que desde el amateurismo y la independencia ha llegado a ganar relevancia, interés y representación institucional a nivel municipal, regional y estatal en los últimos años.

Esta distinción ya se ha convertido en materia de gestión estatal y, desde hace varios años, el municipio implementa políticas culturales vinculadas a actividades musicales, como por ejemplo, “La Plata ciudad Rock” que propone acompañar los recitales masivos desarrollados en el Estadio Único con un festival.

La promoción del turismo musical y su relación con el contexto sociocultural, plantea situar este tipo de evento comunicativo dentro de una estrategia de posicionamiento y de fidelización de clientes en un entorno turístico cada vez más extenso y competitivo. (Berge y Cingolani, 2017).

Con la reinaguración del Estadio Único, la ciudad de La Plata tuvo el privilegio de recibir a artísticas como U2, Guns N’ Roses, Aerosmith, Pearl Jam y Britney Spears, The Rolling Stones, Riahna, Black Sabbath, Megadeth, Metallica, ColdPlay y Paul McCartney. (Toubes Novoa, 2016).

A inicios de 2016, en el marco de la organización de espectáculos musicales comerciales de gran escala en la ciudad, la actual gestión municipal lanzó una serie de festivales con la participación de bandas locales. El puntapié inicial fue el recital que la banda británica The Rolling Stones brindó en la ciudad los días 7, 10 y 13 de febrero de 2016.

En relación a esto, desde el 2016 el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires junto con la municipalidad de La Plata organiza el Festival Provincia Emergente en el Estadio Único de la ciudad. Estos eventos, poseen la cualidad de ser atractivos turísticos de gran convocatoria de personas. El desafío entonces, es integrar a la propuesta turística de La Plata, los beneficios de una adecuada planificación y así, contribuir con el posicionamiento turístico de la ciudad.

Hay varias ciudades ejemplo que son símbolos musicales, como es el caso de Liverpool, ciudad de Inglaterra, la cual es reconocida por ser la cuna de grandes artistas y también considerada como la Meca de los amantes del Pop y el Rock, gracias a los Beatles. Con esto quiero decir que en el contexto de buenas prácticas administrativas y una adecuada

planificación y gestión de políticas turísticas se puede posicionar a la ciudad de La Plata como “Ciudad Rock” a nivel nacional e incluso a nivel mundial.

Por otro lado y a favor del movimiento *under*, la implementación sistemática de políticas públicas específicas para las diferentes “industrias creativas” (diseño, cine, música, teatro, entre otras) en los distintos niveles de gobierno, junto al establecimiento de instituciones dedicadas en forma plena a su estudio, tuvo como consecuencia que el estado habilite la obtención de recursos y prometa ciertas posibilidades que resultan significativas para la instancia de las trayectorias de los músicos. Esto sumado al cruce de la juventud y los usos de las nuevas tecnologías, permitió una relación diferente con los medios de consumo, producción y reproducción de música. (Boix, 2013). Por un lado los productores de música amateurs, adquirieron una cómoda herramienta para sus proyectos musicales, mientras que, los consumidores de música, ahora pueden escuchar su banda favorita online, comprar entradas por internet y enterarse de todas las novedades musicales por redes sociales y medios de comunicación en línea. Uniendo hilos con el turismo, lo dicho anteriormente se desprende de la Nueva era del turismo, en la que el nuevo consumidor, se caracteriza por ser activo en la búsqueda de información, consumo y comunicación digital.

La idea que surge entonces, es relacionar el movimiento *under* musical de La Plata con las prácticas turísticas de la ciudad. Eventos en donde se convoquen personas ligadas al ambiente musical, productores amateurs de música, músicos independientes y su público. Recordemos que uno de los principales problemas de este movimiento, es la falta de lugares para tocar y encontrarse.

Siguiendo con las características desfavorables del Estadio Único, se encuentra en primer lugar, los daños físicos a la infraestructura del predio, por ejemplo, el techo. Conformado por una red espacial de cables y piezas de acero sobre la que está montada una membrana arquitectónica (de fibra de vidrio recubierta con teflón) el techo del estadio, cubre completamente las gradas y la mitad del camino superior y deja al descubierto el campo de juego. Actualmente, se encuentra dañado debido a fuertes temporales.



La idea de volver a colocar los paneles faltantes se analizó, y finalmente se frenó por la pandemia. Según expertos, cualquier arreglo sería un parche ante una estructura endeble, y habría que hacerlo de cero por tercera vez. Desde la administración del Estadio no lo descartan. Hoy, en medio de una crisis económica y social, sería un gasto innecesario y mal visto. (Ochoa, 2021).

Otra desventaja de la infraestructura del estadio, es la contaminación sonora generada por los recitales. Debido a que este no posee la acústica adecuada para tal fin, altera las proximidades del predio. (Landini 2013). 65 db es el tope que fija la Organización Mundial de la Salud (OMS) en horario diurno (45 db en el caso del nocturno) para “vivir psico físicamente en equilibrio”. En este tipo de eventos, eso nunca se cumple, generando trastornos para los vecinos y un riesgo serio para la salud de personas que no querían ni tenían intenciones de participar del evento. El Colegio de Fonoaudiólogos de La Plata midió los alrededores del Estadio Único durante los conciertos de rock internacional. De acuerdo a esos estudios, el nivel de decibeles en esas ocasiones es de 58 a 60 db, con el agregado que cuando la gente pasa por el lugar gritando el volumen crece a 75 db. Se midió, asimismo, la esquina de 25 y 526 (62/65 db; 25 y 530 (salida del campo); y sobre la avenida 32 (67/ 71 db). Los decibeles superan en más del 60% los estándares recomendados por la Organización Mundial de la Salud (OMS). La medición se concretó a más de 100 metros del acceso al predio. (Diario “El Día”).

Por otro lado, si bien vimos que la distancia que media entre la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la ciudad de La Plata es una característica favorable también puede jugar en contra. Siendo de apenas 56 km, supone la posibilidad de trasladarse con motivo del recital y retornar a su lugar de origen sin permanecer más que unas horas en la ciudad, obturando todo recorrido por La Plata, colapsando el tránsito y espacios públicos sin devolverle a la ciudad una remuneración económica por sus servicios. (Berge, 2017).

Otra problemática es que los controladores cobran relativamente poco de acuerdo a quién los contrate y al puesto de seguridad que se les asigne. Esta remuneración es a cambio de

un servicio de 12 horas, muchas veces en condiciones climáticas adversas y usualmente el trabajo realizado, no se ve traducido en la remuneración recibida. Es por esto que muchos trabajadores rechazan la oferta laboral. (Rosa, 2018).

El colapso de alojamientos es un suceso recurrente en estos eventos, ya que con la llegada de reconocidos artistas, se movilizan miles de aficionados de todas partes del país y del mundo que convergen en La Plata. Por ejemplo, según registros del EMATUR durante la semana de los espectáculos de Paul McCartney (2016), se registró más de un 90% de ocupación promedio de servicios de alojamiento con picos en los días de los recitales. (Toubes, 2016).

El colapso del tránsito y del transporte público también es habitual cuando se realizan recitales masivos en el estadio. Los picos de demandas en este sector (eventos culturales, deportivos o recitales en el Estadio Único) colapsan el circuito de transporte local. (De Rito, 2019).

Respecto a la gestión del Estadio, Landini opina que se desplaza el objetivo fundamental que es lo social, lo recreativo, lo atractivo por el poder y los beneficios. Lo que en un comienzo fue pensado como un complejo deportivo, concluyó siendo una cuestión de poder y de marketing, aprovechando el predio, para cualquier fin que represente una actividad lucrativa para el momento. (Landini, 2013).

Respecto a los alrededores del Estadio, los recitales que allí se organizan distorsionan la cotidianeidad de la ciudad. Es normal que en eventos muy concurridos, el colapso de transporte público y de alojamientos se vea reflejado en la ciudad. Mientras que, el denso tránsito de vehículos y peatones alrededor del estadio, entorpecen el flujo de personas. Además, debido a estos eventos, se generan trabajos temporales, muchos de ellos precarios, tanto dentro como por fuera del estadio, muchas veces de poca remuneración y en condiciones adversas.

Entonces, ¿por qué no hacer el recital en otro lugar? Esta es una pregunta que amenaza al Estadio Único, ya que podría ser la solución a los problemas mencionados anteriormente. Muchos otros estadios ya son empleados para eventos deportivos, shows musicales, presentaciones, lugares de encuentro y eventos varios. Por ejemplo, el estadio Luna Park, el Estadio GEBA, el Estadio Obras Sanitarias, el Estadio Monumental, el Estadio Libertadores de América, la Ciudad Cultural Konex, Directv Arena, entre otros, pueden funcionar perfectamente como estadios sustitutos al Estadio Único de la ciudad de La Plata.

Otro aspecto negativo a mencionar, es el sitio web oficial del Estadio Único, que ocasionalmente, deja de funcionar (observación directa), lo que deja en evidencia otra falencia del sistema que interfiere con la comunicación entre los potenciales turistas y los organizadores de eventos.

Ampliando las fronteras del análisis, la inestabilidad económica a nivel país, repercute directamente sobre el consumo de este tipo de turismo. Aunque los números de la WTTC del año 2019 indiquen que en Argentina continúa la tendencia creciente del sector turístico, la inestabilidad económica, es un factor externo a considerar. Otra amenaza del entorno,

es el clima, que puede resultar en una complicación inherente e incontrolable en eventos de este tipo, causando daños estructurales al predio y dificultando la accesibilidad del estadio.

Estas problemáticas son cuestiones pertinentes a resolver ya que perjudica a la localidad receptora y no se aprovechan todos los beneficios que el turismo puede generar. La implementación de políticas turísticas enfocadas a cada una de estas problemáticas en particular, mejoraría el desarrollo de estos eventos dinamizando su ejecución y retribuyendo económicamente a la ciudad.

A continuación se relacionará el turismo de eventos en el Estadio Único de la ciudad de La Plata con los tipos de políticas turísticas vistas en el marco teórico. Además se categorizará cada una de ellas dependiendo la fase en la que se encuentre.

Políticas turísticas orientadas a la competitividad: Política turística en Fase E. Los gobiernos municipal y provincial han determinado planes de acción, estrategias y políticas públicas relacionadas para aumentar la competitividad del destino. Por ejemplo: posicionar a La Plata como ciudad rock, organizar festivales y convocar artistas internacionales.

Políticas de promoción del destino turístico: Política turística en Fase E: La promoción del Estadio Único como sede de recitales masivos es una estrategia de promoción inteligente para fidelizar clientes (turistas) que asisten a estos eventos. La diferenciación entre los destinos turísticos similares es una pieza fundamental para lograr una identificación en el mercado. Implementar una marca destino, determinar el perfil turístico del destino, estar familiarizado con la potencial demanda y promocionar los productos locales son algunas de las herramientas que se han implementado para alcanzar dicho objetivo.

Políticas de gestión de los destinos turísticos y las tic: Política turística en Fase E: La ciudad de La Plata y los eventos realizados en el Estadio Único ya implementan las tic como herramienta de compra y reserva de hospedajes y entradas. En este sentido, es importante seguir explorando el campo tecnológico y prestar atención a las nuevas facilidades ofrecidas para mejorar el servicio al consumidor.

Políticas de calidad de turismo: Política turística en Fase A: Las políticas turísticas de competitividad, promoción y gestión ya son ejecutadas a nivel municipal y provincial en la ciudad de La Plata y en el Estadio Único. Sin embargo, dejan varios aspectos de lado que deterioran la calidad del destino y de la experiencia turística. El análisis que propone la Fase A de las políticas se debe usar para contemplar la significancia económica, las repercusiones sociales y/o culturales y los impactos ambientales de la actividad turística. El diagnóstico realizado, deja en evidencia la falta de interés de los últimos dos ítems.

En resumen, se puede decir que aunque haya ciertos aspectos que mejorar, el Estadio Único, está en una posición favorable para las actividades que realiza en su ambiente de relación. Cabe aclarar que este diagnóstico, debe ser actualizado permanentemente para que su relevancia continúe vigente.

Propuestas

Una vez realizado el diagnóstico, se puede empezar a programar las estrategias vinculadas a este conjunto de características. El fin es aprovechar las ventajas comparativas y cualidades distintivas del sector para lograr un posicionamiento relevante en el mercado.

La primera propuesta se basará en aprovechar las características de la Nueva Era del turismo y de la gestión estatal para potenciar las características favorables del estadio, esto puede lograrse mediante la aplicación de políticas turísticas vinculadas al sector. Debido a que el Estadio está estratégicamente ubicado en la ciudad, la accesibilidad al mismo resulta más que adecuada, sumado a la cercanía que tiene con Buenos Aires (la cual es un emisor importante de asistentes a eventos de este tipo), resulta lógico pensar que, por parte de las instalaciones del estadio, una convocatoria extensa de personas no presentará mayores inconvenientes.

Se deben utilizar los aspectos fuertes de la organización para neutralizar o atenuar el potencial impacto negativo del entorno. Promocionar al Estadio Único como anfitrión de recitales, traerá impactos económicos generados por el turismo en la ciudad. Las instalaciones del Estadio, la gestión mixta, la accesibilidad, la alta tecnología y el sector turístico activo y presente en estos eventos, alcanzarán para atenuar los estadios cercanos sustitutos. Si bien la inestabilidad económica es un factor externo incontrolable, no sería primordial debido que a los turistas internacionales, poco les interesa la cotización del peso argentino, generalmente su moneda, está bien posicionada en el país. Mientras que para los turistas nacionales, los costos de asistir a un recital no son tan extravagantes como para que su fanatismo no pague por ello. Por otra parte, el clima es otro factor del entorno incontrolable e impredecible y si bien las instalaciones del estadio están condicionadas para soportar un temporal leve, en caso de una tormenta fuerte que suponga una amenaza peligrosa para la integridad de las personas y/o del estadio, el recital se podría cancelar o postergar.

El acceso a la gestión estatal puede aprovecharse para la mejora y administración continua de las condiciones de infraestructura. Además, se pueden establecer políticas que medien entre el sector turístico y la comunidad local, como la gestión de trabajo temporario con el objeto de sustituir el trabajo precario y el manejo de la contaminación sonora en las cercanías del estadio. Otra acción propuesta, es la implementación de políticas de promoción para publicitar a la ciudad de La Plata como atractivo turístico vinculando las actividades de la ciudad con los recitales en el Estadio Único, para que las personas (principalmente de Buenos Aires) que visitan la ciudad, no se vayan inmediatamente después de presenciar el recital y tengan algún lugar que visitar o alguna actividad de interés que realizar. Por otro lado, la nueva era del turismo brinda una amplia gama de herramientas que, con creatividad, se podrían utilizar para hacer más amena e interesante algunas de las características de la ciudad y del estadio, como por ejemplo: solventar las caídas esporádicas de la página web del Estadio Único; crear una aplicación de celular para hacer más amena e interesante la interacción entre el turista, el sector y la ciudad; lograr un mejor posicionamiento SEO en motores de búsqueda virtuales e invertir en políticas de fomento y promoción turística para la ciudad de La Plata.

Conclusiones

En este trabajo se desarrollaron capítulos referidos a términos independientemente complejos y conjuntamente relacionados entre sí. Se expusieron teorías y definiciones de los conceptos utilizados justificando su elección y relacionando a cada uno de ellos con el caso de investigación. En todo momento se investigó dentro de un extenso marco teórico que abarca, en gran medida, lo que representa el turismo de eventos en la ciudad de La Plata, principalmente debido a los recitales realizados en el Estadio Único.

Se logró, no solo cumplir el objetivo de distinguir a los recitales realizados en el Estadio Único de la Ciudad de La Plata como una fuente atractora de turismo para la ciudad, sino que además, se explicó bajo que lineamientos teóricos deben estar sujetas las estrategias, planes y proyectos vinculados a la realización del objetivo, presentando a las políticas turísticas, como herramienta fundamental para cumplirlo.

Cada objetivo específico estuvo estrechamente relacionado con el objetivo general: La caracterización del turismo generado a partir de recitales, a partir de la cual se especificó el tipo de turismo que se presenta en estos eventos y que facilitó la segmentación de los actores involucrados; la contextualización del evento en la sociedad actual consistió en un análisis de los factores internos y externos del entorno, de la demanda y de las herramientas que se encuentran disponibles en la actualidad, además brindó una idea de posicionamiento a escala global de este tipo de turismo; la descripción de conceptos teóricos de turismo, música y globalización y la exposición de teorías vinculadas al tema nutrió el trabajo de investigaciones relacionadas al objetivo general planteado, lo que permitió trabajar sobre un sustento teórico fiable; la exposición de problemáticas entre el turismo de eventos y la comunidad local identificó falencias del tipo de turismo generado y permitió abordar las mismas de raíz y, el detallado de herramientas teóricas y prácticas susceptibles de aplicación al caso indicó métodos efectivos de trabajo para optimizar el turismo de eventos en la ciudad.

El marco teórico de la presente tesis también abarcó varios aspectos importantes para el desarrollo de la investigación. Empezando por el turismo, se desarrollaron y se expusieron definiciones de este concepto, se profundizó brevemente sobre las distintas facetas del turismo (económico, social y ambiental), se explicó la tipología de “turismo de eventos”, se hizo énfasis en el turismo sustentable y se consideró al turismo como un sistema. A continuación, se relacionaron lineamientos teóricos de la planificación estratégica sustentable y de las políticas turísticas con el tema de investigación planteado. Se identificaron las distintas fases que contienen las políticas turísticas con orientación estratégica y se distinguieron los tipos de política turísticas susceptibles de ser aplicadas al caso para contribuir a la optimización del turismo de eventos en la ciudad de La Plata. Seguidamente, se indagó en el fenómeno de la globalización, su impacto en la sociedad actual y en la resignificación de conceptos como lugar, espacio y territorio (cada concepto resignificado se relacionó directamente con el turismo). También, se introdujeron conceptos del turismo cultural y se indagó en el significado de la música en la sociedad. Se explicó la relación que la misma tiene con el turismo y se identificó la música como una cultura en sí misma.

En el primer capítulo, “El turismo”, se analizó a la ciudad de La Plata como caso para aplicar los conceptos vistos y se describieron, de forma general, las características y el tipo de turismo vinculado a la ciudad. Se dejó en claro que el turismo de eventos, es una tipología de turismo totalmente aplicable a la ciudad y se mencionó que utilizando al Estadio Único como atractivo turístico y aplicando las políticas turísticas correspondientes a objetivos inteligentes, La Plata podría ser una sede preferencial de mega eventos musicales.

En el capítulo dos, “La Música”, se desarrolló el concepto de la música emergente en la sociedad actual, se identificaron los cambios a nivel social de interrelación y facilidades de producción y gestión musical que trajo esta nueva posibilidad. Se introdujo el concepto indie e independiente como una nueva identificación cultural, se presentaron los sellos como nuevas instituciones ligadas al ambiente musical platense y por último se presentó la idea de relacionar el movimiento under musical de la ciudad con el desarrollo del turismo de eventos en el Estadio Único de la ciudad de La Plata.

En el capítulo tres, “El Estadio”, se describieron atributos y cualidades físicas del Estadio Único. Se mencionaron los responsables encargados de su gestión y se describió brevemente su historia. Se concluyó que el estadio es visto como un atractivo turístico importante para la ciudad de La Plata, posicionado como sede preferencial de mega eventos musicales, de artistas nacionales e internacionales de cualquier género. Se llegó a la conclusión de que la idea de sustentabilidad, tiene que estar presente en la planificación y en la práctica de la gestión del Estadio Único para que el turismo de eventos se realice de la mejor manera. Se mencionaron algunos eventos multitudinarios realizados en el Estadio Único de La Plata y, por último, se indicaron las medidas tomadas por los gobiernos nacional y provincial a causa de la pandemia del año 2020 y 2021.

En el último capítulo “Diagnóstico”, se realizó un diagnóstico sobre la utilización del Estadio Único de la ciudad de La Plata como sede de eventos musicales masivos. Se identificaron características y atributos relevantes del Estadio Único que fueron descriptos y categorizados en “favorables” y “no favorables”. Se indagó en el turismo de La Plata vinculado a la realización de recitales y además, se detalló que políticas turísticas ha implementado el gobierno municipal en relación a esto. También se identificaron las fases en las que se encuentran los diferentes tipos de políticas turísticas referidas al turismo de eventos de La Plata. Finalmente, se expusieron una serie de propuestas haciendo énfasis en el uso de políticas turísticas para la optimización del Estadio Único como anfitrión de recitales.

Cada capítulo detallado a lo largo de la tesina se integra adecuadamente al tema de investigación planteado. Individualmente cada concepto desarrollado es profundamente complejo, sin embargo pudimos observar como alguno de ellos comparten relación entre sí. Por ejemplo, la manera en que la música contribuye a la concepción de una cultura única, guarda relación a la forma en que los turistas experimentan el turismo de eventos. Siendo la música el destino turístico, las personas de ambos mundos comparten desde los medios de comunicación hasta el incentivo de viajar. Por su parte el Estadio Único también actúa en doble sentido, por un lado es el lugar físico al que los turistas concurren y por otro, es el medio de comunicación preferido de las personas con la música. Finalmente el capítulo

diagnóstico evalúa el estado actual del turismo de eventos en el Estadio Único de la ciudad de La Plata haciendo referencia a la investigación teórica previa.

Referencias bibliográficas

Noticias periodísticas y comunicados de prensa

0221com.ar. (2019). Miles de testigos de Jehová coparon el Estadio Único y seguirán hasta el domingo. 0221. <https://www.0221.com.ar/nota/2019-12-13-14-53-0-miles-de-testigos-de-jehova-coparon-el-estadio-unico-y-seguiran-hasta-el-domingo>. [Recuperado el 23 Marzo de 2021].

0221com.ar. (2018, 24 octubre). VIDEO: La última vez que Charly García hizo delirar a los platenses en el Estadio Único. <https://www.0221.com.ar/nota/2018-10-23-10-45-0-video-la-ultima-vez-que-charly-garcia-hizo-delirar-a-los-platenses-en-el-estadio-unico>

Ajmat, S. (2017, 26 noviembre). Bruno Mars, en la Argentina: el rey del hit hizo rugir al Estadio Único de La Plata. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/bruno-mars-en-la-argentina-el-rey-del-hit-hizo-rugir-al-estadio-unico-de-la-plata-nid2085868/>

Alamos, F. (2016, 9 de octubre). Aerosmith hizo vibrar al Estadio Único con sus clásicos. Télam - Agencia Nacional de Noticias. Recuperado 26 de marzo de 2021, de <https://www.telam.com.ar/notas/201610/166262-estadio-unico-la-plata-aerosmith.html>

Arch, G. (2018, 30 marzo). Depeche Mode en el Estadio Único de La Plata: El último que prenda la luz. Indie Hoy. <https://indiehoy.com/recitales/coberturas/depeche-mode-en-el-estadio-unico-de-la-plata-el-ultimo-que-prenda-la-luz/>

Artigas, M. (2017, 2 octubre). Guns N' Roses llevó su afilada máquina de rock a La Plata. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/guns-n-roses-llevo-su-afilada-maquina-de-rock-a-la-plata-nid2068419/>

Clarín.com. (2016, 9 diciembre). Los Guns N' Roses vibraron en La Plata. Clarín. https://www.clarin.com/musica/axl-banda-hicieron-delirar-plata_0_SJGoZG22wmg.html

Clarín.com. (2016a, diciembre 9). Aerosmith hizo delirar a una multitud en La Plata. Clarín. https://www.clarin.com/espectaculos/aerosmith-hace-vibrar-plata_0_HkhS-Usnv7I.html

Clarín.com. (2016c, diciembre 9). Pearl Jam sacudió La Plata en su segunda visita al país. Clarín. https://www.clarin.com/musica/pearl_jam_0_rJGIF353PQe.html

Clarín.com. (2019, 27 mayo). Se viene una nueva edición del Festival Provincia Emergente. Clarín. https://www.clarin.com/espectaculos/musica/viene-nueva-edicion-festival-provincia-emergente_0_Ozh4uS4nx.html. [Recuperado el 25 Marzo de 2021].

D'addario, F. (2007, 25 junio). La Renga hizo temblar los cimientos del Estadio Unico. Página 12 espectáculos. Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/3-6760-2007-06-25.html>

Diario Popular. (2012, 17 septiembre). No Te Va a Gustar festejó sus 18 años ante una multitud. <https://www.diariopopular.com.ar/espectaculos/no-te-va-gustar-festejo-sus-18-anos-una-multitud-n130202>

Diario Hoy. (2020, 10 junio). El Estadio Único durante la pandemia: cómo está y qué función cumple - Diario Hoy En la noticia. <https://diariohoy.net/interes-general/el-estadio-unico-durante-la-pandemia-como-esta-y-que-funcion-cumple-133045>.

El 1 digital. (2013, 27 agosto). Las Pastillas del Abuelo: “La música es una experiencia vertiginosa”. [el1digital.com.ar. http://www.el1digital.com.ar/articulo/view/38499/](http://www.el1digital.com.ar/articulo/view/38499/).

El Día. (2004, 5 marzo). Serrat en La Plata. El Día. <https://www.eldia.com/nota/2004-3-5-serrat-en-la-plata>.

El Día. (2007, 16 diciembre). Los Piojos, el sábado 22 en el Estadio Único. <https://www.eldia.com/nota/2007-12-16-los-piojos-el-sabado-22-en-el-estadio-unico>

El Día. (2008, 21 diciembre). La Plata vibró con el Indio Solari. El Dia. <https://www.eldia.com/nota/2008-12-21-la-plata-vibro-con-el-indio-solari>

El Día. (2009, 31 mayo). La Renga hizo vibrar a un colmado Estadio Unico. <https://www.eldia.com/nota/2009-5-31-la-renga-hizo-vibrar-a-un-colmado-estadio-unico>

El Día. (2009a, abril 20). Multitudinario recital de los Cadillacs en la Ciudad. <https://www.eldia.com/nota/2009-4-20-multitudinario-recital-de-los-cadillacs-en-la-ciudad>

El Día. (2012, 23 abril). Por las «Pastillas», bien temprano. <https://www.eldia.com/nota/2012-4-23-por-las-pastillas-bien-temprano>.

El Día. (2017, 18 octubre). Preocupa el informe sobre la contaminación sonora de espectáculos en la Ciudad. El Día. <https://www.eldia.com/nota/2017-10-18-1-39-53-preocupa-el-informe-sobre-la-contaminacion-sonora-de-espectaculos-en-la-ciudad-opinion>

El Día. (2018). En cuatro esquinas del centro hay riesgos para la salud auditiva de los platenses. El Día. <https://www.eldia.com/nota/2018-12-23-3-15-57-en-cuatro-esquinas-del-centro-hay-riesgos-para-la-salud-auditiva-de-los-platenses-la-ciudad>

Espósito, S., & Plaza, G. (2018, 7 noviembre). Roger Waters en La Plata: los detalles de un show impactante. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/roger-waters-la-plata-minuto-minuto-nid2189207/>

Estadio único del la ciudad de La Plata. (2017, 9 de octubre). Noel Gallagher y los High Flying Birds, harán la apertura de U2. <http://www.estadiolp.gba.gob.ar/es/noticias/2017/10/09/noel-gallagher-y-los-high-flying-birds-haran-la-ap/>

Fazio, F. (2015, 8 de noviembre). Pearl Jam arrasó anoche en el estadio Único de La Plata en su quinta visita al país. Télam - Agencia Nacional de Noticias. Recuperado 26 de marzo

de 2021, de <https://www.telam.com.ar/notas/201511/126367-recital-pearl-jam-estadio-unico-la-plata.html>

Filardo, Verónica. (2006). Globalización y turismo: impactos en los territorios. Ediciones UNL.

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. (2019, 3 junio). SE VIENE PROVINCIA EMERGENTE | Provincia de Buenos Aires. Provincia de Buenos Aires. <https://www.gba.gob.ar/cultura/noticias/se-viene-provincia-emergente>. [Recuperado el 25 Marzo de 2021].

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. (2021, 24 febrero). Kicillof visitó el operativo de vacunación en el Estadio Único “Diego Armando Maradona” | Provincia de Buenos Aires. https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica/gacetillas/kicillof-visit%C3%B3-el-operativo-de-vacunaci%C3%B3n-en-el-estadio-%C3%BAnico

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. (2021, 25 marzo). Festival Provincia Emergente | Provincia de Buenos Aires. Festival Provincia Emergente. <https://www.gba.gob.ar/provinciaemergente>. [Recuperado el 25 Marzo de 2021].

Infobae. (2011, 21 noviembre). El show de Britney Spears en la Argentina. <https://www.infobae.com/2011/11/21/618096-el-show-britney-spears-la-argentina/>

Infobae. (2013, 20 octubre). Súper TC2000: ganó Pernía y todavía puede desbancar a Rossi. infobae. <https://www.infobae.com/2013/10/19/1517427-super-tc2000-gano-pernia-y-todavia-puede-desbancar-rossi/>

Infobae. (2016, 13 febrero). Los Rolling Stones realizaron su último show en La Plata. <https://www.infobae.com/2016/02/13/1789842-los-rolling-stones-realizaron-su-ultimo-show-la-plata/>

Infobae. (2016b, mayo 18). Lo que dejó el primer show de Paul McCartney en La Plata. <https://www.infobae.com/2016/05/17/1812337-lo-que-dejo-el-primer-show-paul-mccartney-la-plata/>

Infobae. (2017, 15 noviembre). El show de Coldplay en La Plata: tocaron «De música ligera» y un tango dedicado a los argentinos. <https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2017/11/15/el-show-de-coldplay-en-la-plata-tocaron-de-musica-ligera-y-un-tango-dedicado-a-los-argentinos/>

Infobae. (2018, 9 diciembre). Monster Jam hizo vibrar al Estadio Único de La Plata. <https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2018/12/09/el-monster-jam-hizo-vibrar-al-estadio-unico-de-la-plata/>.

Infocielo. (2018, 19 mayo). Proponen declarar a la ciudad de La Plata como “Capital provincial del Rock”. www.infocielo.com. <https://infocielo.com/la-plata/proponen-declarar-la-ciudad-como-capital-provincial-del-rock-n91715>

Jalil, J. (2017, 21 agosto). El rock platense: bendita autogestión. La Pulseada. <http://www.lapulseada.com.ar/el-rock-platense-bendita-autogestion/>

La Capital. (2011, 22 septiembre). Pearl Jam vuelve a la argentina para celebrar los 20 años de carrera. <https://www.lacapital.com.ar/escenario/pearl-jam-vuelve-la-argentina-celebrar-los-20-antildeos-carrera-n385301.html>

La Nación. (2004, 21 octubre). Los Piojos despiden 2004. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/los-piojos-despiden-2004-nid646785/>

La Nación. (2013, 10 octubre). Cumbre de rock nacional en La Plata. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/cumbre-de-rock-nacional-en-la-plata-nid1627749/>

La Nación. (2016, 1 abril). Coldplay y un debut inigualable en el Estadio Único de La Plata. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/buenos-aires/coldplay-y-un-debut-inigualable-en-el-estadio-unico-de-la-plata-nid1885063/>

La Nación. (2019, 9 febrero). Ska-P le ganó al temporal en La Plata con su espíritu combativo. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/ska-p-le-gano-al-temporal-la-plata-nid2218772/>

La Nueva. (2013, 27 abril). Megadeth y Black Sabbath, juntos en un recital único. <https://www.lanueva.com/nota/2013-4-27-9-0-0-megadeth-y-black-sabbath-juntos-en-un-recital-unico>.

Landoni, B. (2015, 19 enero). El show de Foo Fighters en La Plata. <https://www.infobae.com/2015/01/19/1621826-el-show-foo-fighters-la-plata/>

Mouján, A. (2014, 30 marzo). Metallica arrasó con las murallas del Estadio Único. Télam - Agencia Nacional de Noticias. <https://www.telam.com.ar/notas/201403/57295-metallica-arraso-con-las-diagonales-platenses-y-las-murallas-del-estadio-nico-de-la-plata.html>

Mouján, A. (2017, 24 junio). Los Caballeros de la Quema ofreció un vibrante concierto de regreso. Télam - Agencia Nacional de Noticias. <https://www.telam.com.ar/notas/201706/193317-caballeros-de-la-quema-ofrecio-un-vibrante-concierto-de-regreso.html>

Natale, H. (2017, 2 octubre). The Who tocó por primera vez en la Argentina. Télam - Agencia Nacional de Noticias. <https://www.telam.com.ar/notas/201710/209037-the-who-toco-anoche-por-primera-vez-en-la-argentina.html>

Nuevos Papeles. (2017, 11 octubre). U2 dejó todo en el Estadio Único de La Plata. <https://www.nuevospapeles.com/nota/6212-u2-dejo-todo-en-el-estadio-unico-de-la-plata>.

Nuevos Papeles. (s. f.). U2 dejó todo en el Estadio Único de La Plata. Recuperado 26 de marzo de 2021, de <https://www.nuevospapeles.com/nota/6212-u2-dejo-todo-en-el-estadio-unico-de-la->

plata#: %7E: text=El%20grupo%20de%20rock%20irland%C3%A9s, famoso%20en%20sus%20inicios%20y

Ochoa Martínez, G. (2021, 15 marzo). El Estadio Único, un gigante que sufre la falta de eventos. www.infocielo.com. <https://infocielo.com/estadio-unico/copa-america-para-que-se-usa>

Paz, L. (2009, 19 diciembre). Sábado para todos los gustos. Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/3-16423-2009-12-19.html>

Provincia de Buenos Aires. (s. f.). EL FESTIVAL | Provincia de Buenos Aires. Recuperado 25 de marzo de 2021, de https://www.gba.gob.ar/provinciaemergente2017/el_festival.

Provincia de Buenos Aires. (s. f.). Festival Provincia Emergente 2019 | Provincia de Buenos Aires. Recuperado 25 de marzo de 2021, de <https://www.gba.gob.ar/provinciaemergente2019>.

Raimondi, P. (2018, 25 marzo). Depeche Mode en el Único de La Plata: Bailando en la penumbra. Clarín. https://www.clarin.com/espectaculos/musica/depeche-mode-unico-plata-bailando-penumbra_0_BJz3N2Eqf.html

Sánchez Mariño, J., 2019. Comienza hoy en la Argentina la Asamblea Internacional de Testigos de Jehová más grande del mundo. Infobae, <https://www.infobae.com/sociedad/2019/12/13/comienza-hoy-en-la-argentina-la-asamblea-internacional-de-testigos-de-jehova-mas-grande-del-mundo>. [Recuperado el 23 Marzo de 2021].

Télam. (2020, 9 febrero). La Polla Records: la validación de su público y la misma energía después de 20 años. Télam - Agencia Nacional de Noticias. <https://www.telam.com.ar/notas/202002/430494-la-polla-records-la-validacion-de-su-publico-y-la-misma-energia-despues-de-20-anos.html>

TN. (2010, 29 noviembre). U2 tocará en La Plata. https://tn.com.ar/show/basicas/u2-tocara-en-la-plata_46431/

Valero, C. (2017, 21 mayo). Ed Sheeran: lo que dejó su increíble show en el Estadio Único de La Plata. Clarín. https://www.clarin.com/espectaculos/fama/ed-sheeran-dejo-increible-show-estadio-unico-plata_0_H1SKvNyWZ.html

Versellone, L. (2015, 9 noviembre). El Estadio Único baila al ritmo de Romeo Santos. <https://www.eldia.com/nota/2015-11-8-el-estadio-unico-baila-al-ritmo-de-romeo-santos>

Documentación oficial

Decreto Nacional 9.468/61. (1961). "Decreto Reglamentario de la Ley 14.574 sobre Dirección Nacional de Turismo". Buenos Aires. Boletín Oficial, 31 de Octubre de 1961.

Despegar.com. (s. f.). Hostels en La Plata | Hoteles y Alojamientos en Despegar. Recuperado 31 de marzo de 2021, de

<https://www.despegar.com.ar/hoteles/hl/4203/tHST/i1/hostels-en-la+plata?encodedProps=cGFnZT0xJnZpZXdNb2RlPWxpc3Q=#page=1&view=list>

Exactas UNLP. (2019). Espacio pedagógico. Exactas-UNLP - 34o Encuentro Nacional de Mujeres - La Plata 2019. http://www.exactas.unlp.edu.ar/articulo/2019/10/16/34o_encuentro_nacional_de_mujeres_la_plata_2019. [Recuperado el 25 Marzo de 2021].

Jornadas de Español como Lengua Segunda y Extranjera. (s. f.). Hospedaje en la ciudad de La Plata — Jornadas de Español como Lengua Segunda y Extranjera. Recuperado 31 de marzo de 2021, de <http://jornadaselse.fahce.unlp.edu.ar/vi-jornadas/hospedaje>

La Vela Puerca. (s. f.). La Vela Puerca - Sitio Oficial. <Http://Www.Velapuerca.Com/>. Recuperado 26 de marzo de 2021, de <http://www.velapuerca.com/shows-all.php#last-show>

Bibliografía académica

Arnold, C. M., & Osorio, F. (2006). Introducción a los conceptos básicos de la Teoría General de Sistemas. Santiago de Chile: Red Cinta de Moebio.

Bauman, Z. & Zadunaisky, D. (2017). La globalización: Consecuencias humanas.

Berge, E. & Cingolani, J. (2017). ¿“LA PLATA CIUDAD ROCK”? Tensiones y disputas por la territorialización de un sonido. La Plata: Planeo. Artículos Música y Ciudad #60.

Betina, A. (2014). Qué es un evento: Historia y clasificación. Organización de eventos.

Boix, O.A. (2013). “Sellos emergentes en La Plata: nuevas configuraciones de los mundos de la música” La Plata. UNLP. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Boix, O.A. (2016). “Música y profesión: organizaciones socio musicales y trayectorias emergentes en la ciudad de La Plata”. La Plata. UNLP. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Calvo, M. (2018). Las escenas de la música metal: discusión teórica a partir del caso de la provincia de Buenos Aires. Question.

Capbauno (2019, 1 octubre). 34° ENCuentro Nacional de Mujeres / La Plata 2019. Capbauno. <http://www.capbauno.org.ar/34-encuentro-nacional-de-mujeres--la-plata-2019..> [Recuperado el 25 Marzo de 2021].

Chierichett, L. (2012). La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook. Bérnago: Pasos.

De Rito, F. (2019) “Cadena de valor del sector turístico de la ciudad de La Plata: Identificación y comportamiento de los subsectores de servicios que la componen” La Plata. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2017). "Metodología general cuenta satélite de turismo". Colombia: Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales / DSCN.

Díaz, E. (2017). Política Turística Revisada. Beau Bassin-Rose Hill: Editorial académica española.

Dimitriu Andrés M. (2002): "Producir y consumir lugar: Reflexiones sobre la Patagonia como mercancía".

Fayos Solá, Eduardo. (2004). Política turística en la era de la globalización. Caja Rural Intermediterránea, Cajamar.

Gordon Bertram, M. (2002) "El turismo de masas: Un concepto problemático en la historia del siglo XX"

Hunziker, W. & Krapf, K. (1941). Beiträge zur Fremdenverkehrslehre Und Fremdenverkehr Geschichte.

Bern García, A. (2013). Algunas consideraciones sobre la actividad turística: Conceptos y definiciones de turismo.

Jafari, Jafar. (2005). El turismo como disciplina científica. (Política y Sociedad; Vol. 42 Núm. 1 (2005); 39 - 56.) Ediciones Complutenses.

Landini, S. (2013). "Estadio único lugar de políticas públicas o privadas". La Plata. UNLP. FaHCE.

López, P. G. & Palomino, V. B. (2001). "El turismo sustentable como estrategia de desarrollo". En Delgadillo Macías, J. (coord), La política ambiental en México, UNAM.

Maturana Santos C & Ramos Urzúa C. (2002). "Análisis F.O.D.A Un instrumento de aplicación práctica para las MIPYMES". Managua. Universidad Americana U.A.M. Instituto Americano de Desarrollo Empresarial I.A.D.E.

Mirande L, O. (2010). "Turismo social: la ciudad de Azul como destino para alumnos de escuelas rurales". Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

Porta Riomayor, A.M. (2017). "La Plata, en imágenes fotográficas. El recorte de TripAdvisor". La Plata. UNLP. FCE.

Rosa, S.G. (2018). "La seguridad en eventos masivos. Control de admisión y permanencia en el Estadio Ciudad de La Plata". Ensenada, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Sancho, A. & Buhalis, D. (1998). Introducción al turismo: Introduction to tourism. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Segura, J. & Ruiz, O. (2004) "Índice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país". Coronado, Costa Rica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Toubes Novoa, M. (2016). Turismo colaborativo, una alternativa de hospedaje. Caso de estudio La Plata. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

Villar, A (2007, 3 julio). Destinos turísticos argentinos en internet. Un análisis de los sitios gubernamentales Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 16. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina.

Wallingre, N. & Villar A. (2009-11) Desarrollo y gestión de destinos turísticos. Políticas y estrategias. Quilmes. Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Wasilcov, T. (2010) "La integración del recurso cultural "Música" a una propuesta de planificación turística para el destino Córdoba Ciudad." La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

WTTC. (s. f.). Travel & Tourism Economic Impact | World Travel & Tourism Council (WTTC). Recuperado 26 de marzo de 2021, de <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>