

Tesis de Grado - Licenciatura en Turismo

EL VIAJE COMO PARTE DE UNA SUB-CULTURA

CASO DE ESTUDIO: EL TURISTA DE RUGBY



Alumno: **Facundo Bellone**

Nº de legajo: **79395/3**

Directora de Tesis: **Josefina Mallo**

Fecha de entrega: **26 de Agosto de 2019**

Resumen

Dentro de las tipologías de turismo encontramos muchas que abarcan distintos aspectos de las prácticas deportivas, ya sea desde el punto de vista del deporte (generalmente se lo ubica dentro del mismo), desde la cultura, o desde los eventos en sí mismos, pero ninguna de estas abarca en su totalidad a el turista que se relaciona con el rugby. El trabajo se basa en el "turista de rugby", que consume las denominadas "giras de rugby", a causa de que el desarrollo constante del deporte a nivel mundial, mayor aún a nivel local a partir del Mundial de Rugby del 2007, y de los eventos relacionados con el mismo ha generado un interés de parte de la oferta y de los países en los que más se desarrolla para poder utilizarlo como herramienta para promocionar los destinos. Por esto anterior, el trabajo está dedicado a determinar algunas características de este turista que lo hacen tan particular y los viajes que el mismo realiza, denominados como "giras". Esta investigación busca demostrar que esta sub-tipología de turismo parte de la cultura del rugby, y que esta utiliza los viajes que realiza como herramienta para afianzar valores propios.

Palabras claves: turismo, deporte, cultura, rugby, horizontes deportivos, giras.

Abstract

Within the typologies of tourism, we find many that cover sports practices , either from the point of view of the sport (it is usually located within it), from the culture, or from the events themselves, but it is difficult to find a definition that covers it in all the senses since the "tourist of rugby" has a special profile. The work is based on the "rugby tourist", who consumes the so-called "rugby tours", because of the constant development of sport worldwide, even more locally at the Rugby World Cup in 2007, and of the events related to it has generated an interest on the part of the offer and the countries where it is most developed to be able to use it as a tool to promote destinations. For this, the work is dedicated to determining some characteristics of this tourist that make it so particular and the trips that it carries out, denominated as "tours". This research seeks to demonstrate that this sub-typology of tourism is part of the culture of rugby, and that it uses the trips it makes as a tool to strengthen its own values.

Keywords: turismo, sport, culture, rugby, sports horizons, tours.

Agradecimientos

A mis padres y hermanas, gracias por acompañarme siempre.

A Josefina Mallo, una excelente profesora y persona que me acompañó durante todo el trabajo y siempre me impulsó a seguir avanzando.

A mis amigos por estar siempre.

A todos los profesores y compañeros de la carrera que estuvieron en este camino, por ser parte de mi formación como alumno y como persona.

Índice

Introducción

Fundamentación del tema.....	4
------------------------------	---

Materiales y métodos

Herramientas metodológicas.....	6
Hipótesis.....	8
Objetivos de la investigación.....	8

Capítulo 1. Marco Teórico

Turismo.....	9
<i>Conceptualización de turismo</i>	9
<i>Tipos de turismo</i>	9
Cultura.....	12
<i>Definición de cultura</i>	12
<i>Cultura y Deporte</i>	14
Características especiales del rugby como deporte.....	19
<i>Historia del rugby</i>	19
<i>Rugby en Argentina</i>	20
<i>Eventos de rugby</i>	20

Capítulo 2. Desarrollo de la Investigación

El turista de rugby.....	23
La gira de rugby como evento	26
<i>Motivaciones</i>	26
<i>Componentes</i>	30

Capítulo 3. Cultura Rugbier

Tradiciones.....	37
Rol de la mujer.....	38
La gira dentro del modelo de horizontes deportivos.....	39

Conclusión	43
-------------------------	----

Bibliografía	46
---------------------------	----

Anexos

Anexo 1: Entrevistas.....	49
Anexo 2: Encuesta.....	56

Introducción

Fundamentación de la elección del tema

En un nivel académico, la investigación va a servir como aporte para reforzar la idea de Leiper (en Hinch y Higham, 2004:30), de que un evento no es un atractivo turístico por sí sólo, y no es motivo de éxito por más interesante que sea, sino que depende de 3 factores que tienen que interactuar entre sí: el turista (elemento humano), básico para poder hablar del tema; el atractivo (núcleo o elemento central) que es lo que lleva al turista al lugar, o posee algún tipo de participación en la elección del destino; y los marcadores (marketing y promoción) que refiere a la gestión. Este trabajo apunta a conocer al turista que consume este tipo de evento y de deporte; cómo es el evento (la gira) en sí, cómo se desarrolla, y los tiempos que abarca; y realizar un análisis a partir de ambos.

También será útil como fuente de información para futuras investigaciones que se realicen sobre el tema, ya sea sobre eventos directamente relacionados con este o de todo tipo de eventos deportivo, ya que el foco principal del trabajo será el turista y que se analizarán aspectos comunes entre el turismo y el deporte, como lo son la dimensión espacial, la temporal y la tipología que engloba a los mismos.

Según Woodside y Drew (2008), la motivación es una de las fuerzas impulsoras del comportamiento y entenderlas puede ser útil para los encargados de gestionar un producto (un evento en este caso), para promocionarlo de manera correcta y así lograr una mayor llegada al visitante y generar mayor consumo y fidelidad. Entonces se intentará definir un perfil del turista que consume este tipo de producto específico, apuntando a lo que lo caracteriza y lo lleva a trasladarse detrás de su equipo, y qué le genera esa necesidad, por lo que será posible utilizarlo para el desarrollo de eventos de características similares al de dicho deporte.

Hoy en día en el sector turístico en Argentina, y en especial desde el punto de vista de la oferta privada, se da lo que se llama una miopía del turismo. Esto genera que se pierda de vista el bien común y el desarrollo a largo plazo (en especial en eventos de este tipo y en los principales destinos de sol y playa), y que se busque maximizar el bien propio y en el corto plazo, lo que hace que el desarrollo que se plantea a partir del turismo, que se lo ve como "impulsor" de la economía de un destino, termine ocasionando un impacto negativo en el mismo y en el sector. Por esto, creo que es necesario que se cree una "cultura de acogida" (Barget y Gouget, 2008:125), para generar un desarrollo adecuado y un plan de acción a futuro conjunto (sabiendo que no está exento de errores y malas decisiones), que pueden no generar ingresos personales maximizados a corto plazo, pero beneficios comunes mayores en el largo plazo y favorecer o reactivar a partir del mismo otros sectores.

Para poder predecir el comportamiento de las personas, según Jafar Jafari (2000), es necesario estudiar las motivaciones de estas, por lo que, para una buena gestión de la oferta, es necesario conocer a la demanda que se busca, y por ello creo que es fundamental conocer por lo menos en cierto grado a las personas que consumen o que se acercan a estos eventos.

Las principales preguntas a las cuáles intentará responder la investigación son: Quiénes acuden a eventos de rugby, ¿tienen su foco de interés es el evento por sí solo o lo que los mueve es la cultura del deporte?; ¿Cómo es el entorno en el que realizan estos viajes?; y, ¿Cuál es el principal objetivo de estos?

Entre los eventos deportivos del mundo del rugby, destacan el mundial y las giras deportivas organizadas por los clubes. Son eventos de larga duración y que incluyen

más de una sede de desarrollo. La tipología de eventos deportivos no alcanza a explicar todas sus especificidades. La hipótesis de este trabajo es que es necesario definir una sub-tipología en base a estas especificidades y las características de los turistas que lo practican, cómo lo practican y si este comportamiento es generado a partir de una cultura propia del deporte.

Materiales y Métodos

Herramientas metodológicas

El trabajo consta de dos partes bien marcadas (desarrolladas simultáneamente), pero mantiene un enfoque cualitativo de los datos obtenidos. Se realiza una selección de bibliografía y se busca investigaciones previas relacionadas directamente con el tema de estudio elegido, para darle un sustento académico a la investigación. Luego se plantea un marco teórico de la relación del turismo, la cultura, el deporte y sobre los eventos relacionados con el mismo, basado en el análisis de la bibliografía elegida, para introducir al lector más en el tema.

En una segunda instancia se analiza en primer lugar la evolución de los eventos, desde un punto de vista social y cultural, su organización en el tiempo y en el espacio. Posteriormente se realiza un estudio de campo enfocado en las personas que practican o hayan practicado el deporte, cuál es su relación con los eventos y las prácticas turísticas que realizan durante el desarrollo de los mismos o que se relacionan directamente con el rugby. Para esto se realiza un estudio por muestreo no representativo, por medio de encuestas dirigidas en línea y una serie de entrevistas, abiertas, a personas que están relacionadas con la organización de las giras de rugby hacia los distintos tipos de eventos (o no), desde el lado de la oferta y de la demanda del sector. En base a esto se intentó analizar el nivel de influencia de los eventos (relacionados con el deporte) sobre este tipo de turista y los orígenes de este.

Encuestas

Para poder obtener características de las personas que consumen este tipo de turismo se realizó un trabajo de campo dirigido a gente relacionada con el deporte que constó de una serie de preguntas cerradas no obligatorias y algunas con opciones múltiples (no más de 2 opciones), en la que se buscaban obtener datos concretos de las personas relacionadas con el deporte y luego con los eventos relacionados al mismo, y en qué contexto los consumían o consumirían.

Los datos de las encuestas fueron utilizados para intentar aproximar y caracterizar al turista de rugby que consume los eventos relacionados con el deporte en cuestión y las denominadas giras. En los anexos del trabajo se encuentra el cuestionario que se le realizó a los participantes.

Entrevistas

En cuanto a las entrevistas en profundidad se realizaron 5 entrevistas a personas relacionadas con las "giras de rugby", con un formato de preguntas abiertas, y para recolectar características de estas, tanto en su origen como en su desarrollo y objetivos. Las personas entrevistadas fueron:

-Néstor Galán, vicepresidente de la Unión Argentina de Rugby y presidente de gira en el Mundial de rugby de Londres 2015.

-Gastón Serra, propietario de Cardiff Viajes SRL y organizador de la gira Europa 2019 del plantel superior de rugby del Club San Luis de La Plata.

-Gonzalo Ochoa, jugador de rugby del Club San Luis e integrante de la comisión de gira Europa 2019 del plantel superior de rugby del Club San Luis de La Plata.

-Mariano Hernando; jugador de Carayá Rugby Club de El Dorado, Misiones; encargado del programa Tackleando Muros que es parte del plan nacional Espartanos (rugby)

inclusivo para generar segundas oportunidades) y presidente de gira Santa Catarina 2018 del plantel superior de rugby de Carayá Rugby Club.

-Flores Patricio; capitán de rugby y dirigente de Carayá Rugby Club de El Dorado, Misiones; consejero de la Unión de Rugby de Misiones.

Las preguntas que se les realizó a los entrevistados fueron:

- ¿Por qué surgen las giras de rugby?
- ¿Cómo y por qué se elige el destino?
- ¿Quién toma las decisiones? Si se toman en “grupo”, ¿quién delimita las opciones?
- ¿Cómo se financian las giras de rugby?
- ¿Cómo eligen al Tour Operador u organizador de la misma? ¿Quién propone?
- ¿Existen giras armadas o se arman a medida de los clientes? (Respondió solo Gastón Serra a esta pregunta)
- Las responsabilidades del Tour Operador son: ¿Alojamiento? ¿Gastronomía? ¿Transporte? ¿Actividades relacionadas con el deporte (partidos, clínicas)? ¿Tiempo libre? (respondió solo Gastón Serra a esta pregunta).

-Dentro de los grupos que viajan, ¿viajan mujeres?, ¿se realizan gira de rugby femenino? (respondieron solo Gastón Serra y Néstor Galán)

Los datos de las entrevistas fueron utilizados para poder desarrollar la “gira como evento”. En los anexos del trabajo se encuentran las entrevistas completas.

Observación participante

Se llevó a cabo una observación participante, desde mediados del 2017 hasta fines del 2018, por parte del tesista Facundo Bellone, dentro de las instalaciones del Club San Luis y del desarrollo de las temporadas de rugby del plantel superior del mismo. Esta sirvió, por una parte, para obtener datos del desarrollo de giras a nivel institucional, de cómo se componen las mismas y cómo funcionan las rifas del club. Esta información se obtuvo principalmente, de conversaciones no documentadas, solamente se tomó nota, con dos representantes del club en cuestión. Los mismos fueron:

- Guillermo Bethular, encargado de rugby Infantil y Juvenil, y miembro de la comisión directiva del Club San Luis de La Plata.

- Alejandro Mamblona, excapitán y jugador de la primera división, tesorero de la gira del plantel superior Europa 2011 y actual presidente del Club San Luis de la Plata.

Por otro lado, al estar organizándose la gira a Europa 2019 del plantel superior del club, además de realizar una entrevista con Gastón Serra que es operador encargado de la misma, se tomaron notas de conversaciones, no documentadas, con el mismo, acerca del funcionamiento de los Tour-operadores en el país y de los tipos de servicios que ofrecen.

Por último, se presenciaron terceros tiempos, reuniones y cenas del planten superior del club, que son ritos propios del deporte y elementos propios que se desarrollan a lo largo de la gira (antes, durante y después), de los que se tomaron nota para poder desarrollarlos dentro de la investigación.

Hipótesis

Tomando en cuenta la subcultura que se presenta en el rugby, se puede desarrollar una sub-tipología de turismo que incluya al turista relacionado con el rugby y los viajes que este realiza, dado que no hay una tipología de turismo que abarque a estas formas de turismo en su totalidad.

Objetivos de la investigación

- Objetivo General:

- Indagar sobre las características de las giras deportivas en el rugby y sus condiciones para ser consideradas una sub-tipología turística.

- Objetivos Específicos:

- Plantear la relación entre turismo, cultura y deporte, para poder plantear factores comunes, para el análisis del caso.
- Analizar las características de la subcultura del rugby y su relación con el turismo.
- Caracterizar al turista relacionado con el deporte rugby en particular.
- Reconocer, si los hay, puntos en común entre el turista relacionado con el rugby, los eventos de larga duración, la forma en la que se desarrollan y si existen especificidades en relación con el género.
- Reconocer, si la hay, una relación entre el tipo de turista relacionado con el rugby y la cultura del deporte en la que se desarrolla este individuo.

Capítulo 1. Marco Teórico

Para poder delimitar los parámetros en los que se va a desarrollar el trabajo será necesario plantear una serie de conceptos para que se entienda la magnitud en la que se los considera, y una propuesta de análisis dentro del marco de la cultura del deporte. Por esto es necesario definir turismo y dentro de este el turismo cultural, el turismo deportivo y por último lo que es el turismo de eventos, para poder enmarcar la sub-tipología a definir, y caracterizarlo a partir del trabajo de campo a realizar. Sumado a esto, será necesario determinar los conceptos de “cultura” y “subcultura” dado que la línea de investigación se basa en que los viajes que se van a analizar surgen de un sector específico dentro de la cultura del deporte y no tienen como objetivo principal un concepto específico, sino que es el amalgamamiento de distintos tipos de turismo y factores que lo componen.

TURISMO

Conceptualización de Turismo

El concepto de turismo se ha modificado durante el paso de los años a causa de la evolución de este, del turista y de los medios de comunicación y transporte, que han hecho que el turismo se diversifique a gran escala y que sea muy difícil englobarlo en una sola definición.

Según Arrillaga (1955) consideraba al turismo: “todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar”.

Más adelante en 1991, Boullón lo define como: “el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de residencia habitual; en tanto esto no esté motivado por una actividad lucrativa principal”.

Para poder realizar una medición estimativa del turismo mundial, la Organización Mundial del Turismo (1994) lo define como: “El turismo comprende 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 “. Esta definición, al ser tan general, posee muchos puntos débiles y cuestionables en cuanto a la realidad.

Por último, De La Torre Padilla (1997) lo describe como: “...un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.

Esta última definición a pesar de no ser la utilizada por la OMT, es la que mejor delimita los parámetros en los que se ubica el trabajo de investigación.

Tipos de Turismo

- Turismo Deportivo:

El interés en este tipo de turismo surge a fines de la década de los 80 (Glyptis, 1989), y se basa en el desarrollo exponencial del mismo, ya que el desarrollo de actividades deportivas aparecía en la mayoría de los viajes, y que muchos viajes tenían como

destino los eventos deportivos, o lugares donde el desarrollo de deportes constituía un atractivo por sí mismo, y se reflejaba tanto en la oferta como en la demanda del sector.

Tanto el deporte como el turismo son dos actividades que se centran en el ocio, y que se volvieron populares en la actualidad. Esto genera que los destinos creen nuevos productos turísticos (ya sean principales o complementarios) para poder tener una propuesta más variada. A partir de esto con el tiempo los responsables de ambos sectores a nivel mundial comienzan a reconocer la relación que poseen ambas actividades y la necesidad de darle un carácter más formal para poder desarrollarlo. En cuanto a la relación entre ambos, cronológicamente se desarrolla en 1986, la celebración del 1er. Congreso Mundial de Turismo Deportivo celebrado en Israel; en 1993 se publica por primera vez *Tourism Sports* (revista oficial de Sports Tourism Internacional) y luego comienzan a aparecer artículos, sobre turismo deportivo, en revistas internacionales reconocidas entre las que destacan *Journal of Tourism Recreation Reserch*, *Annals of Tourism Reserch* y *Leisure Management*; en 1999 se formaliza acuerdo de cooperación entre el Comité Olímpico Internacional y la Organización Mundial del Turismo, declarando de manera explícita la importante relación que existe hoy en día entre el turismo y el deporte; y por último en 2001 se desarrolla 1ra Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo celebrada en Barcelona, otorgando identidad propia al turismo deportivo consolidándola como disciplina emergente (Latiesa y Paniza, 2006).

Ya en un sentido más teórico, Esteve Secall, 1991 (en Latiesa y Paniza ,2006:136) define Turismo Deportivo como: "...aquella actividad turística de la que forma parte algún tipo de práctica deportiva, bien como objetivo fundamental o como objetivo complementario".

Luego en 1992, Hall (en Latiesa y Paniza, 2006:135) define al Turismo Deportivo como: "aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas no comerciales para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual".

Los autores Gammon y Robinson en 1997 (en Latiesa y Paniza, 2006:139) definen al turista deportivo como: "aquel individuo o grupo de individuos que se desplaza a un lugar distinto al de su residencia habitual para participar (activa o pasivamente) en un deporte competitivo o recreacional. El deporte es la principal motivación del viaje".

Por último en 1999, se publica *Sports Tourism* (Standeven y De Knop, 1999), que es considerado por diversos autores, como el primer manual que habla y plantea una relación entre turismo y deporte, y que ha servido como guía para la mayoría de los casos de estudio, y define al turismo deportivo como: "el desplazamiento de las personas de su residencia habitual, hacia un destino fuera de ella, con motivo deportivo, ya sea este principal o complementarios, siendo su participación activa (ser parte de la actividad deportiva) o pasiva (ser un mero espectador de la misma)". Esta definición es la que engloba y delimita de mejor manera los alcances de los conceptos de turismo y deporte en una sola, sin que se pierda el sentido de la misma.

- Turismo Cultural:

Es una tarea muy compleja encontrar una definición que sea exacta para lo que supone el concepto de "turismo cultural" dado que el mismo ha obtenido diferentes significados a lo largo del tiempo, debido a su evolución, sus incumbencias y el punto de vista donde se lo analice.

Según la Carta de Turismo Cultural de ICOMOS (1976) el turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección.

Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada.

La OMT propone su definición, definiendo el turismo cultural como todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros (OMT, 1995)¹², aludiendo al desplazamiento.

La relación entre turismo y cultura no es algo nuevo, la cultura ha sido desde un principio un atractivo que motivo a la práctica del turismo, remontándonos, incluso, a la época del “Grand Tour” según Capanegra (2005); quien también plantea que la cultura fue, es y seguirá siendo, junto con la naturaleza, el atractivo que da sentido a la práctica del turismo; y finalmente lo define como aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos y otras formas patrimoniales de manifestación de la cultura y constituye, hoy en día, un segmento turístico en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista de la recuperación urbanística, arquitectónica y fundacional de muchos lugares.

En el libro “*Turismo Cultural: Patrimonio, museos y empleabilidad*”, Moreré Molinero y Perelló (2013) definen simplemente al turismo cultural como una forma de conectar con el pasado y protegerlo.

Una definición más enfocada en la demanda y sus necesidades, que considero que es la que más aspectos engloba, es la de Richards (1996), que lo conceptualiza como “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales”; y que luego en “What is Cultural Tourism?” (2003), el mismo autor plantea que la definición de “turismo cultural” va a ir perdiendo valor a medida que se vayan creando nichos más específicos dentro del mismo “sector” lo que hará que se desarrollen subcategorías más pequeñas con sus propias definiciones conceptuales (turismo arquitectónico, turismo artístico, turismo de festivales, etc.).

- Turismo de eventos:

Un “evento” se denomina “a cualquier tipo de reunión profesional de tipo científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes”, pero cuando hablamos de turismo de eventos, la mayoría de los autores refieren a algo completamente distinto, con otro sentido mucho más estructurado y con un fin más científico, hasta el punto que está inmerso dentro de la modalidad del “turismo de negocios”. La OMT (2017:17) como resultado de la 22ª Sesión de la Asamblea General celebrada en Chengdu (China) en septiembre de 2017, define al turismo de negocios (donde incluye a las reuniones y eventos) como: “Un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias. El término «industria de reuniones», en el contexto del turismo de negocios, reconoce la naturaleza industrial de esas actividades. El turismo de negocios puede combinarse con cualquier otro tipo de turismo durante el mismo viaje”.

Según Cruz y Salva (1989, en Novoa y Pérez, 2013:126): “El turismo de eventos comprende la organización de congresos y convenciones, el intercambio de ideas o experiencias, dar o conocer nuevos sistemas o métodos de trabajo o algún proceso

innovador, la oportunidad de conocer expertos e interactuar, solución a problemas específicos, el ofrecer nuevos productos al mercado, la enseñanza y la capacitación”.

Por último, y considerando como la caracterización más adecuada para los eventos de índole deportivo, Carrizo Moreira y Vieira Batista (2009:32), plantean que “El turismo de eventos tiene una particularidad muy específica: la interdependencia entre los diversos agentes interesados, la amplitud del fenómeno evento y su inter-, multi y pluridisciplinariedad requiere el conocimiento de la realidad económica, social, cultural y ambiental dentro de una visión sistémica y de oportunidades”.

CULTURA

Definición de Cultura

La definición de cultura va variando según el punto de vista de la persona que la define, y no llega a tener un concepto general ni una única definición dado que, la pluralidad de aspectos que abarca no permite que se la acote adecuadamente sin que se le puedan cuestionar aspectos.

En un principio, el concepto “cultura” proviene de la palabra cultura del latín, que significa el cuidado de los campos y el ganado (siglo XIII). Luego por el S.XVI, con el correr del tiempo, el término mantiene la relación con la palabra “cultivo” pero va tomando enfoques diferentes relacionado a otras habilidades o capacidades del ser humano como lo son el conocimiento, las artes, la política, los deportes, la moral, entre otras. Se incluye en la enciclopedia francesa (Siglo de las Luces XVIII).

Una de las primeras definiciones más clásicas y relacionadas con la actualidad la da Tylor en 1871, quien dice que “la cultura en su sentido etnológico más extenso es todo complejo que comprende el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y las otras capacidades o hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad”. El mismo considera que “la cultura es adquirida, pero que su origen y características son, en gran parte, inconscientes” (Tylor, 1871, en Cuche, s/f: 22).

La propia pluralidad de culturas contribuye a la diversidad de paradigmas científicos, en tanto condiciona la producción del saber y presenta objetos de conocimiento con configuraciones muy variadas según Canclini (2004). Luego analiza los distintos usos que se le da a la palabra según el origen del uso y el concepto con el que se la contraste. Plantea:

Una primera noción que es la que sigue presentándose en el uso cotidiano de la palabra cultura cuando se la asemeja a educación, ilustración, refinamiento, información vasta. En esta línea, cultura es el cúmulo de conocimientos y aptitudes intelectuales y estéticas.

Dice que este tipo de caracterización marca una distinción entre cultura y civilización y naturaliza una serie de cuestiones como la división del trabajo entre las clases y grupos sociales, y se basa en conceptos propios de una época determinada que luego de la desconstrucción del eurocentrismo operada por la antropología pierde el sustento en el que se basa.

Luego, se centra en un punto de vista más científico que analiza las relaciones cultura-naturaleza y cultura-sociedad.

Al oponer cultura-naturaleza parecía que de ese modo se diferenciaba a la cultura, lo creado por el hombre y por todos los hombres, de lo simplemente dado, de «lo natural» que existe en el mundo, lo que generó como consecuencia política el “relativismo cultural”, que más allá de las críticas hacia algunas costumbres específicas de distintas culturas, permitió crear una identidad de cada una, y una libertad al desarrollo de estas. Por otro lado, el término “cultura” al englobar a todo lo que no es “naturaleza”, incluye todas las dimensiones de la vida social (tecnología, economía, religión, moral, arte) lo que hace que la noción pierda eficacia operativa.

En cuanto a cultura-sociedad Bourdieu (s/f) planteó que “la sociedad es concebida como el conjunto de estructuras más o menos objetivas que organizan la distribución de los medios de producción y el poder entre los individuos y los grupos sociales, y que determinan las prácticas sociales, económicas y políticas, pero al analizar las estructuras sociales y las prácticas, queda un residuo, una serie de actos que no parecen tener mucho sentido si se los analiza con una concepción pragmática, como realización del poder o administración de la economía” y desarrolló esta diferencia entre cultura y sociedad al mostrar en sus investigaciones que la sociedad está estructurada con dos tipos de relaciones: las de fuerza, correspondientes al valor de uso y de cambio, y, dentro de ellas, entretejidas con esas relaciones de fuerza, hay relaciones de sentido, que organizan la vida social, las relaciones de significación (Bourdieu, s/f, en Canclini, 2004:32-34); y luego Baudrillard (1974) habla de cuatro tipos de valor en la sociedad: de uso, de cambio, valor signo y valor símbolo (Baudrillard, 1974, en Canclini, 2004:33). Esta clasificación de cuatro tipos de valor según Canclini (2004), permite diferenciar lo socioeconómico de lo cultural. Las dos primeras clases de valor tienen que ver principalmente, no únicamente, con la materialidad del objeto, con la base material de la vida social. Los dos últimos tipos de valor se refieren a la cultura, a los procesos de significación.

Luego de esto, el autor dice que ambos mundos, el de las significaciones (Baudrillard) y el del sentido (Bourdieu), constituyen la cultura, y define finalmente a la cultura como “el conjunto de los procesos sociales de significación, o, de un modo más complejo, la cultura como el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social” (Canclini, 2004:34).

Según Arce Cortés (2008) la subcultura, para los estudios culturales, es aquel grupo de jóvenes en desacuerdo con las ideas hegemónicas de los años 70 del siglo pasado, en Inglaterra. Este desacuerdo lo demuestran con actitudes y valores de resistencia reflejados, principalmente, en un estilo que busca diferenciarse de la cultura parental y dominante, pero sin dejar de estar relacionados.

Los estudios post-culturales basan su crítica al concepto de subcultura de los estudios culturales, con la idea de que esta última escuela sólo permite entender a los jóvenes de la clase trabajadora y el estilo de esa época, por tanto, está limitada a concebir sólo a las creativities visuales y experimentaciones de aquellas identidades de otras épocas (Bennett, 2001, en Arce Cortés, 2008:262).

En síntesis, Arce Cortés plantea que la corriente de los estudios culturales propone ver a los grupos como una subcultura que tiene por objetivo ser una resistencia de la cultura dominante. Por su lado, los estudios post-culturales ven a esta subcultura como un grupo con expresiones efímeras y estables.

Las definiciones anteriores a pesar de ser las visiones más contempladas del término no representan el sentido que se le quiere dar al mismo dentro de la investigación, por lo que citaremos a García Naharro (2012:303), que desde su perspectiva apuesta por una propuesta de consenso que aboga por entender la subcultura como concepto de análisis científico que implica la existencia de juicios de valor o todo un sistema social

de valores que, siendo parte de otro sistema más amplio y central, ha cristalizado aparte. Vista desde la llamada cultura dominante, los valores subculturales pueden segregar a la primera y obstaculizan la integración total. No obstante, no podemos perder de vista que la cultura dominante puede propiciar este distanciamiento en forma directa o indirecta, generando como resultado el aislamiento normativo de la subcultura y el surgimiento de su propia solidaridad.

Dice que se produce así en la subcultura una selección de valores que han venido a diferenciarse de lo que son, o el rol que cumplen dentro de la cultura total: la redefinición de sus significados, ilustrada tantas. Así, la respuesta subcultural representa una síntesis de contrastes entre esas "formas de adaptación, negociación y resistencia elaborada por la cultura parental" y formas "más inmediatas, coyunturales, específicas de la juventud y de su situación y actividades" que configuran una respuesta diferente, una solución (o posicionamiento ante) a un conjunto específico de circunstancias, a unos problemas y contradicciones concretas en términos de resistencia de guerrilla semiótica en palabra de Umberto Eco, entendidos como "mecanismos de desorden semántico, un tipo de bloqueos temporales en el sistema de representación". De "desorden", no de colapso. Y es que una de las claves del concepto de subcultura que nosotros manejamos reside no sólo en lo que lo diferencia de la cultura central (hegemónica, instituida) sino también en los valores relativos a los fines o los medios de la colectividad que con ella se comparten. No debemos olvidar que las culturas toleran aquellos valores que no causen conflictos de desintegración y que no llegan a perturbar en demasía la cohesión normativa del grupo más amplio; así mismo, la subcultura como tal puede tolerar otros valores fuera de su propio sistema siempre y cuando no se vea amenazada su integridad como grupo.

En palabra simples, el autor plantea a la "subcultura" como dentro de una "cultura mayor", que puede aceptar algunos elementos o rechazar otros de la misma, pero que nunca tiene como propuesta "salirse del sistema". No lo ve como una resistencia (la cual la define como "contracultura") sino que lo ve como una línea que va junto a la cultura hegemónica pero que tiene aspectos que comparte y otros que no, y ambas pueden coexistir.

Cultura y Deporte

Según Alabarces (1998:79-80), "el deporte puede ser visto como cultura: porque recorre formaciones donde se articulan sentidos sociales, en distintos soportes, interpelando una diversidad de sujetos; de manera plural, polisémica, hasta contradictoria. Porque, trabajando con nociones que los estudios culturales han instalado fructíferamente – ritual, puesta en escena, simulacro–, el deporte puede ser leído, en su multidimensionalidad, como uno de los escenarios privilegiados para atisbar las representaciones que una sociedad hace de sí para sí misma, para interpretar –en el sentido denso que propone Geertz– el complejo cúmulo de negociaciones de estatus y jerarquías que el universo deportivo espectaculariza, para comprender las razones que otorgan fuerza simbólica a su repertorio identificador, para buscar –de manera sesgada, oblicua, utópica– las formas en que ese mismo escenario permite no sólo la puesta en escena de lo que se es; también la simulación de lo que se quiere ser/hacer. De manera privilegiada, por su centralidad metafórica, su convocatoria renovada, su persistencia identicatoria".

Basado en esto, Bell (en Capretti, 2011:236) destaca que, "el problema principal de la sociedad contemporánea es de inteligibilidad". La misma autora recalca que Delgado sostiene que "Los individuos que deben moverse entre las diferentes esferas de lo social reciben mensajes divergentes y contradictorios que complejizan el mundo de la vida y generan crisis de sentido al no poder construir una visión coherente y totalizadora de los sistemas de sentido y significado" (en Capretti, 2011:236). Para finalmente ella

reflexionar que “es aquí cuando se desvela el papel del rito deportivo y de su magia, ya que éste se convierte en un sistema de referencia donde el individuo armoniza los datos y experiencias a los que parecía haber abandonado el sentido y se constituye como una de las principales fuentes de sentido de nuestra sociedad” (Capretti, 2011:236).

Por lo tanto, la autora dice que el deporte puede ser tratado como provincia de significado (así como la define Schutz) con un nivel adecuado de autonomía e integración con la vida social para ser objeto de estudio cultural que fundamente emociones y representaciones. Lo plantea como una herramienta para poder analizar las características de las sociedades, sus rituales y símbolos, porque al mismo tiempo que hace visibles los valores sociales y culturales, es un agente activo para mejorarlos continuamente. Dice que, al analizarlo desde un punto de vista simple, debería exponer la cultura que lo genera y le da sentido.

Y a modo de conclusión señala que la penetración del deporte en la cultura no se ve de hecho sólo en la valorización cultural del deporte, sino que toda la cultura actual se puede analizar a través del deporte. Las estructuras deportivas están impregnando diferentes ámbitos y contextos culturales: el deporte produce a nivel social y cultural conceptos e imágenes guía que la sociedad absorbe, deportivizándose. Como sugiere Bausinger (en Capretti, 2011:242) “la cultura deportiva penetra en el tejido social a través de modelos propios del deporte o, mejor dicho, en la cultura surgen modelos que ya están presentes en el deporte y que van asumiendo características de particular evidencia, en una continua hibridación y compenetración”.

Por esto anteriormente desarrollado, vamos a utilizar como marco de referencia para desarrollar la relación del deporte y la cultura, el modelo de los horizontes deportivos que plantea Mata Verdejo (2002), que según el autor nos acerca a reconstruir los diferentes aspectos o partes del orden de nuestra sociedad, y por extensión, de las sociedades desarrolladas que viven la era postindustrial. Para poder aislar y describir los diferentes comportamientos con que un pueblo percibe, relaciona e interpreta sus experiencias, necesitamos conocer la totalidad de sus partes (H. Scheffler, 1969). Dice nuevamente Mata Verdejo, que de esta forma aumentaremos de forma cualitativa y cuantitativa la comprensión de la conducta humana en base al conocimiento de los distintos tipos de fenómenos.

Por lo tanto, utilizaremos un modelo, como método de investigación para poder desarmar al deporte en características que se relacionen con el comportamiento de los individuos que son parte del mismo, que según Levi-Strauss (1992) nos permitirá descubrir las formas comunes a las diversas manifestaciones de este elemento de la vida social y junto con esto sortear el problema de las limitaciones que posee la visión clásica del deporte, que genera la omisión de elementos e imprecisión en los resultados. De esta forma, la enorme y heterogénea realidad del deporte se nos aparece a través del lenguaje de las estructuras en el cual a medida que desciframos otras estructuras de menor tamaño podemos ir incorporándolas al esquema general sin limitaciones según Rubio Carracedo (en Mata Verdejo, 2002:8).

Mata Verdejo, plantea que el deporte es un producto cultural. Por la importancia social que representa, nos referimos al deporte como mecanismo que crea y transmite cultura, y en diversos ámbitos se menciona la expresión “la cultura del deporte”. Dice que la complejidad de este término nos induce a consolidarlo como una expresión globalizante dentro de la cual podemos incluir los diferentes horizontes deportivos, como manifestaciones de este.

Por todo esto, con el concepto horizonte nos enfocamos en punto de vista del investigador sobre el objeto de estudio. Dicho horizonte, refiere a una visión externa del acontecimiento deportivo y su contexto, en que se desarrolla, según el autor nos van a

proporcionar datos fundamentales para comprender los aspectos fundamentales de los diferentes grupos. El horizonte se compone fuerte impronta espacial, que puede coexistir contemporáneamente con otros horizontes de diferente origen.

Para nuestro trabajo utilizaremos dentro del mismo deporte, los dos horizontes culturales deportivos distintos que plantea Mata Verdejo, que se relacionan entre sí y que son prácticamente independientes uno del otro: uno será el horizonte central y el otro un horizonte marginal.

Horizonte deportivo central (HDC)

El autor lo identifica con las características más comunes y tradicionales del deporte, con una estructura jerarquizada y que se rige por instituciones. Lo describe como un todo que engloba desde los espectáculos profesionales, hasta los ámbitos competitivos y recreativos de la práctica popular, y que es dirigido por grupos especializados y promocionado y regido por los estamentos de poder.

Basándose en la en gran cantidad y diversa bibliografía que existe acerca sobre el deporte, establece varios ámbitos en donde marca las características que más representan al HDC:

-Dentro del ámbito sociopolítico destaca:

1. La organización burocrática que posee, haciendo foco en su organización y en las instituciones que lo constituyen.
2. La utilización política de este, basado en la importancia a nivel social que posee y la imagen positiva de progreso que genera.
3. Y por último el papel determinante de los medios de comunicación que son los encargados de la difusión de este y que le dan la magnitud al acontecimiento, siendo tan influyente su papel, que abarca tanto la comercialización como la popularización del mismo.

-En cuanto al ámbito cultural:

1. Habla de normalización, porque fomenta valores y formas de comportamiento que están dentro de la práctica deportiva, y que buscan eliminar barreras de todo tipo, lingüísticas, territoriales y culturales, ya sea dentro de un mismo país o a nivel internacional.
2. Por otro lado, más allá de la normalización de la modalidad deportiva, plantea que cada sociedad, cultura o grupo humano, toma dicha modalidad como propia y la promueve como deporte nacional, cargándola de un carácter simbólico, como una forma de transmitir su propia cultura o como una forma de representación de la mentalidad nacional. Este punto lo define como "particularidad de los procesos".

-Finalmente, en ámbito socioeconómico marca:

1. La utilización de la imagen del ídolo popular y modelo social con fines que no son parte del deporte, generando una especie de status social de privilegio a las personas destacadas en el mismo. Pudiendo ser el campeón dentro de un torneo, el líder de un ranking o el que ostenta algún récord mundial, entre otros.
2. Más allá de la burocratización o de las instituciones que lo componen, señala que parte de los HDC es la estructuración jerárquica de los componentes. Dice que según Mata (1997) "las jerarquías tanto formales como informales entre componentes de un equipo que hemos estudiado definen estatus bien determinados" (en Mata Verdejo,

2002:10). Con esto se refiere al capitán o de los referentes dentro de un equipo, a las diferentes categorías dentro de un deporte (sea profesional o no), o incluso de los jugadores más valiosos como lo son los MVP (Most Valuable Player) dentro de un equipo, partido o torneo, como los define la NBA, entre otros ejemplos.

3. Como última característica del HDC se enfoca en el papel que juega la ciencia dentro del deporte, como influyen las nuevas tecnologías y la tecno-industria en el desarrollo de este, y en el interés social que despierta este, convirtiéndose en un elemento relevante en la economía. Todo esto lleva a que se busque mejorar el espectáculo, para fomentar la competitividad y favorecer el negocio del mercado.

Horizonte deportivo marginal (HDM)

En este segundo horizonte, el autor engloba a las actividades que realizan grupos que tratan de escapar del anterior, volcándose a intereses y valores de diferente naturaleza. Aquí el deporte se presenta como manifestaciones de una corriente contracultural. La esencia de este deportista radical se basa en la persecución de nuevas experiencias, y en este camino desarrolla características distintivas en el comportamiento del mismo, hasta llegar a formar subculturas propias de cada modalidad deportiva. Vincula a estos grupos a deportes de riesgo que rompen con las reglas y se contraponen a el modelo institucionalizado del HDC, que se basa en la jerarquización y la burocracia, y que marca los valores materiales y espirituales de cada sociedad.

Partiendo de la estructura utilizada para describir el HDC el autor desarrolla las características del HDM:

- Acerca del ámbito social marca que:

1. El deportista marginal suele tener una tendencia a desarrollar un comportamiento individualista. Este movimiento se desarrolla en un contexto que se contrapone a la moral y la institucionalización, características propias del HDC, y que se plasma en la búsqueda de actividades placenteras, cómo son los deportes alternativos.

2. Más allá de la característica individualista, el autor dice que este deportista marginal, no excluye la formación de grupos. Dichos grupos se rigen sin jerarquías ni burocracias porque son grupos de iguales que comparten el territorio adecuado para la práctica de estas modalidades deportivas. Estos se caracterizan por lo circunstancial y espontáneo, no son algo establecido. Aquí destacan relaciones más superficiales y coyunturales, que toman relevancia y aumentan su compromiso en situaciones de emergencia.

3. Por otro lado plantea que lo principal de este sistema es dirigirse a lo marginal como una forma de reinventarse simbólicamente y que esto no es algo que sea obligatoriamente apartarse del medio donde desarrolla su vida social. Dice que muchas veces esta "huida" es hacia centros urbanos o lugares públicos, pero donde realizan una actividad diferente al uso que le dan los demás individuos.

4. Las actividades que realiza este deportista se desarrollan generalmente en la naturaleza. Lo natural es, además del entorno, el medio donde estos realizan sus actividades, y su característica de ser un espacio físico que cambia constantemente, le da al individuo la posibilidad de llevar su experiencia a distintos niveles y de representar un desafío constante.

5. Por último dentro de este ámbito, como una característica fuerte de la identidad de este individuo, destaca su actitud de transgredir las normas constantemente, yendo contra las pautas pactadas por la sociedad, surfeando los límites de las normas de convivencia y en algunos casos refutando los valores establecidos por la misma. Este

HDM se posee muchas muestras de casos de transgresión y diferente concepción de los reglamentos.

- Dentro del ámbito psicomotor, desarrolla:

1. La presencia del riesgo físico como un elemento esencial de este deportista dado que lo plantea como un desafío que en ocasiones llega a poner su propia vida en peligro. Esta situación de adrenalina, más allá de crear un temor dentro de este, le genera una situación de placer. El autor dice que “el riesgo por el riesgo no representa una pasión inútil, sino que cumple una función fisiológica fundamental dentro de la conducta atávica humana, en una sociedad que no proporciona muchas oportunidades para sentirlo” (Mara Verdejo, 2002:11).

2. Este deportista marginal no necesita un campo de juego reglamentario ni trayectos fijos, sino que reinventa la naturaleza y puede encontrar en ella el terreno ideal para poder desarrollar las actividades. Una playa, una montaña o incluso un río pueden ser los espacios perfectos para el desarrollo de la actividad, sin necesitar medidas regladas o una cantidad definida de participantes. En cierto punto, el autor dice que se vuelve a la naturaleza más salvaje, que ya había sido descubierta en épocas remotas.

3. Una gran parte de estas modalidades poseen un grado de vértigo alto que, lejos de generarle al individuo temor o inhibirlo, le generan placer, similar al que sentimos en una montaña rusa según el autor, y que el nivel de este placer es regulado según la experiencia que posea el deportista. Los deportistas que posean un nivel elevado de experiencia y aptitudes técnicas pueden llegar a una mayor situación límite de equilibrio que le genera a este un sentimiento de éxtasis sabiendo que más allá de este límite se encuentra la caída o la muerte (simbólica o física).

- Finalmente, habla de factores dentro del ámbito tecno-económico:

1. En primer lugar dice que a partir de mejoras tecnológicas los individuos han podido sortear de manera más sencilla retos que antes requerían métodos o esfuerzos mucho más elevados ante las fuerzas de la naturaleza. Hoy los equipamientos de estas modalidades han tenido mejoras a nivel de los materiales empleados, los rendimientos de los equipamientos y la practicidad de estos que permiten mejor desplazamiento y mayor duración de las actividades a los individuos.

En contrapartida plantea que no todos los aportes han sido tan positivos más allá que ha permitido que se sorteen nuevos retos o que se pueda aumentar la dificultad en la ejecución de las técnicas deportivas. La comercialización por parte de los patrocinadores, que trajo consigo la popularización de muchas de las modalidades propias de este horizonte, han hecho que su configuración cambie radicalmente y que el número de deportistas aumente significativamente, lo que ha generado que en un mismo territorio convivan personas que pertenecen a los grupos originales con otras que no se han formado con las mismas pautas de comportamiento.

2. Luego dice que su forma de vestir y la imagen que presentan estos individuos es parte de su identidad, que posee una impronta fuertemente contracultural y que es contraria a las formas sociales tradicionalmente aceptadas. Esos generalmente utilizan colores llamativos y ropa de gran tamaño, pero siempre manteniendo una imagen cuidada. El aspecto que poseen es desafiante, raro por así decirlo, pero siempre manteniendo una estética que los defina y el cuidado de esta.

3. Por último marca que la comercialización del movimiento radical ha generado cambios dentro del mismo. La inclusión de la industria para favorecer y mejorar el desarrollo de las modalidades de este horizonte, y la comercialización de algunas experiencias radicales que han tenido un auge a un nivel superlativo han generado tanto la

masificación como el cambio del panorama radical. Esto ha supuesto una herramienta de marketing importante, que ha sido utilizada por patrocinadores ajenos al deporte que al ver el crecimiento del mercado han querido relacionar su imagen a dichas modalidades, para utilizarlas como un recurso publicitario.

Más allá de que dentro del HDM encontramos características identitarias como la marginalidad, el culto al riesgo y la transgresión, podemos ver que los efectos de las tecnologías empleadas y de los nuevos sistemas de comunicación han generado modificaciones dentro del mismo, no siempre del todo positivas, pero propias de la sociedad en la que vivimos.

Por esto, debemos saber que, al definir los horizontes, estos son permeables y que admiten el intercambio de ideas, materiales e incluso de individuos de uno al otro. Esto se da por parte de ambos horizontes. Algunos deportes que se incluyen en el HDC han tenido que recurrir a características propias del otro horizonte para poder volver a sus raíces y a los valores que los han hecho crecer; y por otro lado, las modalidades propias del HDM se han abierto a algunas características que no les pertenecían, a causa de su crecimiento, que llevó a que al haber gran cantidad de novatos practicando nuevas modalidades han tenido que tomar precauciones para evitar que se generen problemas dado el alto grado de riesgo que conllevan algunas de estas.

En resumen, utilizaremos el modelo anterior para poder explicar cómo dentro de un mismo deporte existen distintos objetivos (u horizontes) y como ambos pueden coexistir siendo cada uno distinto del otro, pero al mismo tiempo partiendo de la misma cultura, que es la que le va a dar origen al “turista” que buscamos conocer.

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DEL RUGBY COMO DEPORTE

A fin de adentrarnos en el contexto de deporte que abordaremos, será necesario hacer una breve reseña histórica sobre el mismo, el desarrollo actual que tiene en Argentina y el crecimiento desde que se creó el Mundial de Rugby.

Historia del Rugby

El Rugby tiene su primer antecedente, según World Rugby (ente oficial a nivel mundial, anteriormente llamado International Rugby Board), en un colegio de la ciudad de Rugby, Inglaterra, en 1823, protagonizado por William Webb Ellis quien es hoy conocido como el padre del deporte.

El deporte comienza a crecer en popularidad y en 1863 se separa completamente del fútbol, en 1871 se crea la Rugby Football Union (Unión de Rugby del Reino Unido) y en 1886 se funda la IRB, actualmente llamada World Rugby, que representa y regula el deporte a nivel global.

El mismo se comienza a popularizar por lo diferentes países y comunidades británicas, especialmente en Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica, en las Islas del Pacífico Sur y en Argentina.

El torneo oficial más antiguo e importante que representa al deporte, es el torneo de las Seis Naciones, que se celebra desde 1883, que en un principio se disputaba únicamente entre los cuatro equipos de las islas británicas (Inglaterra, Gales, Escocia e Irlanda), y que luego en 1910, incorporó a Francia al, entonces, torneo de las Cinco Naciones y por último en el año 2000 al seleccionado italiano (Six Nations, s/f).

Rugby en Argentina

El desarrollo del deporte en Argentina se remonta a 1899, cuando cuatro clubes (tres de Buenos Aires y uno de Rosario) deciden crear una institución que lo reglamente y organice, dando origen para ello a "The River Plate Rugby Union" (hoy UAR). A partir de entonces clubes de Buenos Aires y uniones provinciales fueron incorporándose a la UAR como instituciones afiliadas. Hoy en día la UAR (Unión Argentina de Rugby) cuenta con 25 uniones afiliadas, siendo la URBA (Unión de Rugby de Buenos Aires) la más grande de ellas.

En Argentina se produce un antes y un después luego del mundial de Francia de 2007 donde el equipo nacional, "Los Pumas", consigue el 3er puesto y la medalla de bronce en dicho evento, lo que hace que, sumado a los desarrollos de nuevas tecnologías, el deporte crezca de manera acelerada en los años siguientes dentro del país.

Según World Rugby (en su último informe de 2017) en Argentina participan un total de 109.357 jugadores federados, lo que representa un incremento de casi el 12% con respecto a los 97.940 de 2015 (reportes anuales 2015 y 2017 de World Rugby). A esto hay que sumarle que este número representa solo a los jugadores activos, sin incluir al resto de las personas (entrenadores, directivos, colaboradores, familiares, etc..) que constituyen el total de los clubes, por lo que los números son mayores.

Actualmente el rugby argentino cuenta con jugadores profesionales, jugadores becados y amateurs; seleccionados masculinos (en ambas modalidades, de quince y seven) y femeninos (solo en la modalidad seven) que participan en distintos torneos internacionales (Rugby Championship y Circuito Mundial de Seven, entre otros); y un equipo profesional que participa del Super Rugby llamado "Jaguars". Igualmente, el deporte sigue siendo principalmente amateur a nivel nacional.

A nivel nacional cuenta con distintos torneos nacionales que engloban a los equipos de diferentes uniones y torneos locales dentro de las uniones, siendo el torneo más importante el de la URBA dado que es la unión compuesta por la mayor cantidad de clubes, más de 100 teniendo en cuenta el rugby universitario (URBA, S/F; y UAR, S/F).

Eventos en el rugby

Mundial de rugby

El mundial de rugby o copa mundial de rugby es la principal competencia internacional de World Rugby. El primer torneo fue organizado en 1987, por Australia y Nueva Zelanda. A partir de ese momento se realiza cada cuatro años. La idea surgió a finales de 1983 entre las Uniones de Australia (Australian Rugby Union) y de Nueva Zelanda (New Zealand Rugby Football Union), quienes redactaron cada cual por su parte una carta preconizando la creación de una entidad mundial del rugby que organizara el torneo: la Rugby World Cup Limited (RWC Ltd.). En 1985, la IRB decidió que el primer torneo tendría lugar en Nueva Zelanda y Australia dos años más tarde, en 1987, con la participación de 16 selecciones. La segunda edición se desarrolló en Inglaterra (con sedes en Inglaterra, Irlanda y Francia) resultando Australia como vencedor.

El torneo inaugural de 1987 fue por invitación. Para el torneo de 1991, se introdujeron las series de clasificación en que 32 selecciones disputaron ocho cupos en el torneo para complementar con los ocho finalistas del torneo anterior.

Actualmente, el formato cuenta con 20 selecciones y permite a los ocho finalistas del mundial anterior clasificarse automáticamente. Los 12 cupos restantes son definidos por torneos clasificatorios continentales: tres de las Américas, uno de África, tres de Europa, y dos de Oceanía. Dos cupos más son definidos por repechaje.

Hoy en día el mundial de rugby se ha convertido en el tercer evento deportivo a nivel mundial en convocatoria, detrás de las Olimpiadas y el mundial de fútbol, según World Rugby, por lo que va tomando cada vez mayor relevancia. La última edición del torneo (Inglaterra 2015), octava edición del certamen está considerada como la más grande de la historia del rubro a nivel recaudación y convocatoria de gente.

En octubre de 2016, Argentina oficializó su candidatura como país anfitrión del Mundial, basado en el tipo de evento, los requisitos que éste posee y en lo “rentable” que se estima que es para la economía local, con una propuesta que apunta principalmente a que la inversión sea en infraestructura, tanto en la mejora de los estadios a utilizar, como en el transporte público, alojamiento y seguridad, y justifica el gasto a realizar proponiéndolo como una mejora necesaria en el país, que posea una vida útil prolongada, para que no solo sea utilizada para el evento, y se amortice el gasto en un período a largo plazo al igual que se realizó la propuesta en la candidatura de Nueva Zelanda como sede del mundial de rugby de 2011. Según Agustín Pichot, vicepresidente de World Rugby, exjugador y capitán de los Pumas, el evento posicionaría al país como destino de rugby dentro de la “marca” país que se pretende alcanzar.

Giras de rugby

- Definición:

En una cuestión etimológica y general de la palabra gira, la RAE la define como una “excursión o viaje de una o varias personas por distintos lugares, con vuelta al punto de partida” o “una serie de actuaciones sucesivas, en diferentes lugares, de una compañía teatral, de un artista, de un grupo musical, deportivo, etc”. Esto define en parte a una gira genérica, pero para una gira de rugby es una definición incompleta ya que no es solo un viaje por distintos lugares y con actuaciones sucesivas, sino que tiene componentes culturales, deportivos, sociales y turísticos que la definen.

Según Frankie Deges, periodista y comunicador social, “la gira de rugby es una unidad de mente y esfuerzo de un enorme grupo de personas atraídas por la misma pasión hacia un club; algo que nace mucho antes de realizar el viaje. La génesis de un viaje así tiene distintos orígenes, pero la bien entendida gira de rugby tiene pocos objetivos: enfocarse en el juego, unir al grupo, jugar bien, aprovechar la oportunidad de estar lejos, solos. Pasarla bien con el rugby como denominador común”.

- Historia:

Desde sus orígenes las denominadas giras de rugby de los seleccionados británicos se realizaron con el objetivo de promocionar y desarrollar el deporte dentro de las naciones que habían sido parte del Imperio Inglés, como parte del plan Imperial Británico, para mantener y fortalecer las relaciones con las mismas. Junto con el rugby se desarrolló también el cricket, el remo y el atletismo. Esto dio resultado dado que para las en dichas naciones estos encuentros representaban la posibilidad, para la población dominante blanca, de competir con la “Madre Patria” y poder medirse de igual a igual. En un principio se realizaron giras del seleccionado británico (conformado por Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda), y luego los países donde mayor fuerza tomó el deporte (en Nueva Zelanda, Australia y Sudáfrica principalmente) realizaron las primeras giras hacia las islas británicas. La primera gira oficial de un equipo británico fue en 1899 y por el lado de las colonias el primero en visitar las Islas Británicas fue el seleccionado de Nueva Zelanda en 1905 donde surge la denominada “All Blacks tour of Britain” lo que daría origen al famoso nombre del seleccionado neozelandés de rugby (Tony Collins, 2009).

La primera visita de un equipo británico al país fue en 1910 y la segunda en 1936, ya bajo el nombre de British and Irish Lions, y con políticas de selección de jugadores por

nivel y no por invitación. En ambas el seleccionado argentino no obtuvo victorias. Luego de la segunda, en 1936, el seleccionado nacional realizó su primera Gira fuera del país a Chile (UAR, S/F).

En sus inicios, estas giras se hacían para poder obtener competencia internacional. Esto se daba mayormente a nivel internacional, dado que a pesar de que existía una organización internacional, hasta 1987, no existía ningún tipo de competencia oficial a nivel internacional". Si bien existían torneos regionales entre los distintos países vecinos (el más antiguo el 6 Naciones) y las denominadas actualmente "ventanas o tests matches", que surgieron de las Giras realizadas por los British and Irish Lions para competir con equipos del hemisferio sur en el mes de junio y que luego los países que los recibían realizaban viajes a las Islas Británicas en el mes de noviembre (Lions,2013),

Con la aparición del profesionalismo dentro del deporte (luego del mundial de Sudáfrica de 1995 la IRB, hoy la World Rugby, le abre las puertas al profesionalismo en el deporte), se comienza a perder un poco esto de las giras como una conjunción de deporte, cultura y turismo, y se enfoca más en viajes deportivos de los equipos profesionales, que se traslada a los equipos nacionales. Hoy en día, en los principales países del ranking mundial, existen competencias profesionales, y de estas se nutren los equipos nacionales para su competencia, por lo que se dice que el deporte a este nivel pierde un poco la esencia de este, y las giras son principalmente viajes de entrenamiento y perfeccionamiento del deporte, con un pequeño tiempo de ocio dentro de la misma, pero que solo sirve para recuperar entre y post exigencias.

Aun así, en la mayoría de los países que se practica el deporte, existe un nivel Amateur (ya sea a nivel colegial o de clubes) en donde se sostiene el principio del amateurismo, y los "viajes" denominados giras, son algo esencial dentro de la cultura del deporte, en la que se persigue algo más allá de lo netamente deportivo, que es transmitir algo cultural, propio del deporte, que trata de barrer con las escalas sociales, con las diferencias etarias, étnicas e ideológicas, y tiene como principio la igualdad. Esto no quiere decir que se le quite la competencia al deporte, sino que la competencia se reduce a la preparación y al tiempo de juego, y terminado este, se busca generar una unidad entre personas que solo tienen en común eso, el deporte, el rugby.

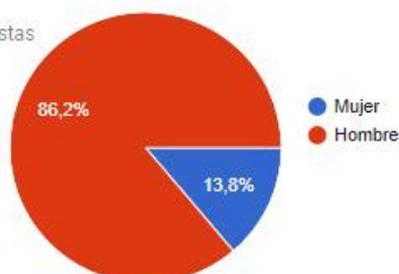
Capítulo 2. Desarrollo de la investigación

El turista de rugby (resultados de las encuestas)

La encuesta fue realizada en forma online, por medio de las redes sociales y correos electrónicos, a partir de un formulario de Google. De la misma se obtuvieron doscientas diez (210) respuestas. Los datos obtenidos de las encuestas arrojaron los siguientes resultados:

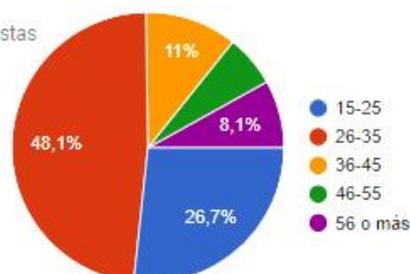
Sexo

210 respuestas



Edad

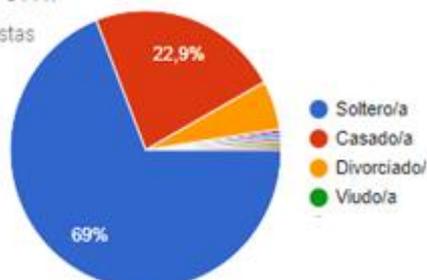
210 respuestas



- Del total de respuestas de los participantes un 86,2% de los que contestaron son hombres y el rango de edad más influyente es de 15 a 35 años (un 74,7%), siendo más representativa la cantidad de participantes desde los 26 años hasta los 35 con un 48% de los mismos. En menor número son los que superan los que parten desde los 36 años en adelante, que representan el 25,3% restante del total.

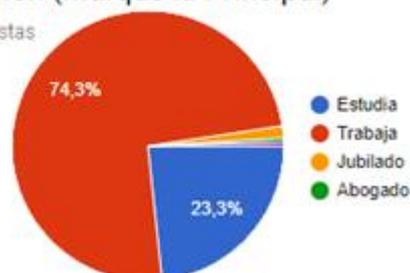
Estado Civil

210 respuestas



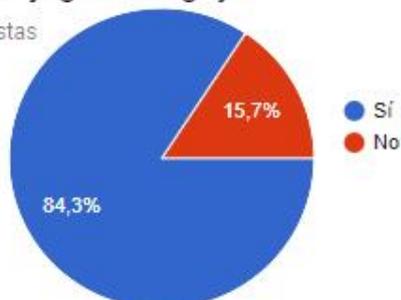
Ocupación (Marque la Principal)

210 respuestas



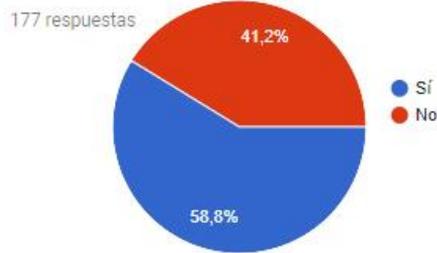
¿Juega o jugó al Rugby?

210 respuestas

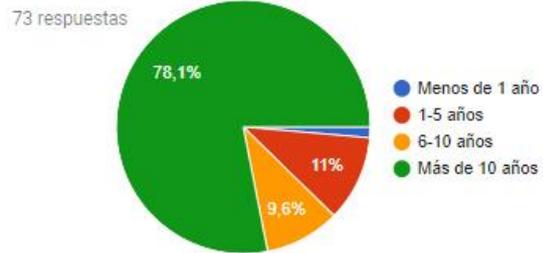


- Aproximadamente el 70% de los encuestados son solteros y un 75% tiene como actividad principal el trabajo. - Del total, 84,3% jugó o juega actualmente al rugby, y de estos más del 50% se encuentra en actividad. De los que actualmente no juegan, realizaron el deporte por más de 10 años aproximadamente un 80% de los mismos. La mayor parte de estos se acercó al deporte a causa de su entorno (familia, amigos, colegio) y lo hicieron, en su mayoría, hace más de 10 años.

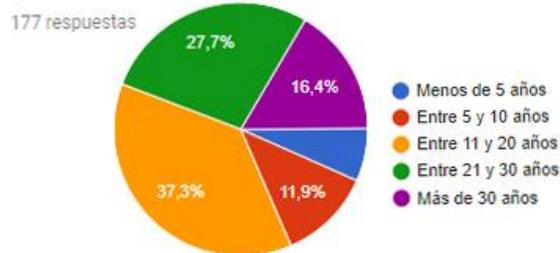
¿Actualmente está jugando?



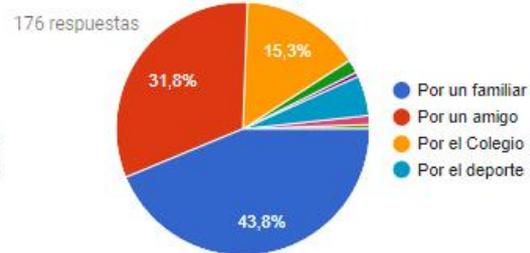
¿Cuánto tiempo jugó?



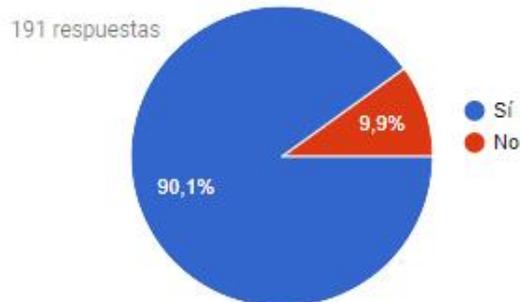
¿Hace cuánto se acercó?



¿Cómo se acercó al deporte?



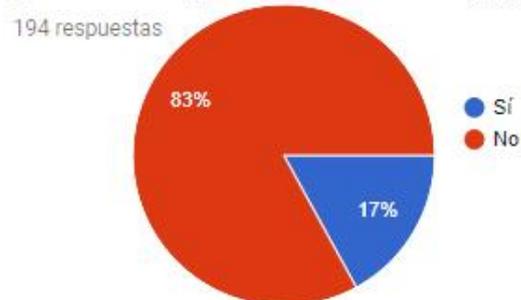
¿Asiste a partido de su club?



- Del total de los encuestados, 191 pertenecen a un club de rugby, y el 90% de estos asiste a ver partidos de su club. Aquí se puede ver, que a pesar de que muchas veces los integrantes de los clubes no sean personas de origen de la ciudad en la que se encuentra el club (muchos de los encuestados no son de donde residen actualmente), se genera un sentido de pertenencia que parte de como de desarrolla el deporte.

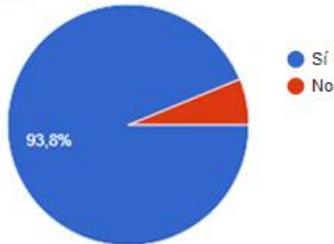
- De los encuestados solo el 17% tuvo la posibilidad de asistir a un Mundial de Rugby, pero esto número se debió a que la gran parte no pudo ser parte de uno de estos por un tema económico o de disponibilidad de tiempo. De los que por diversas razones no pudieron asistir a al menos una edición de este el 94% aproximadamente lo haría si se dieran las circunstancias adecuadas, y el evento sería su actividad principal para más de la mitad de estos.

¿Asistió a algún Mundial de Rugby?



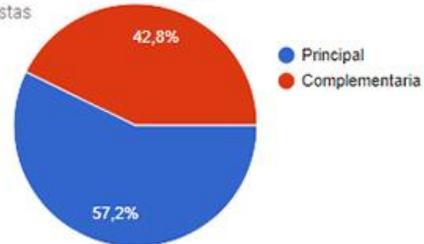
¿Asistiría?

177 respuestas



¿El mundial sería su actividad principal o complementaria al viaje?

166 respuestas



El viaje lo realizó con el fin de:

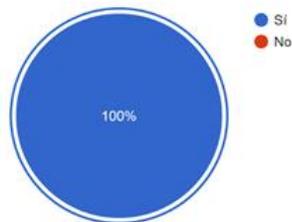
33 respuestas



- En cuanto al 17% (33 de 194) que, si ha tenido la oportunidad de ir a un Mundial de Rugby, la mayor parte asistió a la última edición, y la cantidad de asistentes se incrementó en las últimas tres ediciones de este, a partir del Mundial de Francia 2007. Este porcentaje de asistentes realizó el viaje en su mayoría con amigos del club y/o dentro de una gira de club, la duración de este superó en un 80% los 15 días y aunque su principal objetivo fue el deporte, la mayoría no realizó actividades relacionadas con el mismo fuera del evento, pero si todos realizaron turismo en los tiempos entre partidos, y actividades no relacionadas con el deporte.

¿Realizó actividades relacionadas con el turismo entre los días de partido?

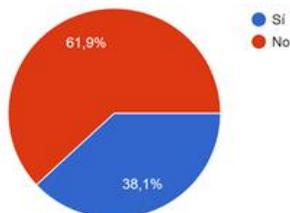
33 respuestas



- En cuanto a otros eventos relacionados con el deporte, 75 de 195 fueron parte de viaje donde se presencia una competencia internacional movidos por el deporte, en su mayoría dentro del marco de una gira con su club.

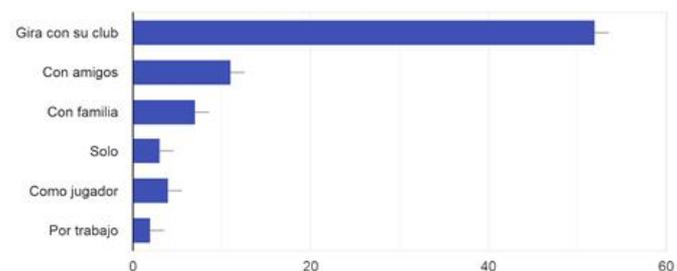
¿Asistió a algún viaje donde se presencia una competencia internacional de rugby?

197 respuestas



¿En qué contexto?

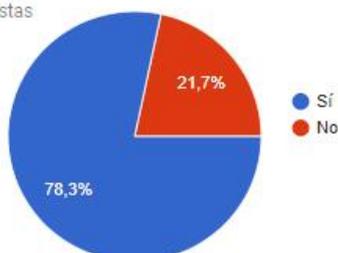
74 respuestas



- De los que no tuvieron la oportunidad de asistir a uno de estos viajes (por diversas razones), más del 80% sería parte de uno de ellos y lo realizaría dentro de una gira con su club y sus amigos.

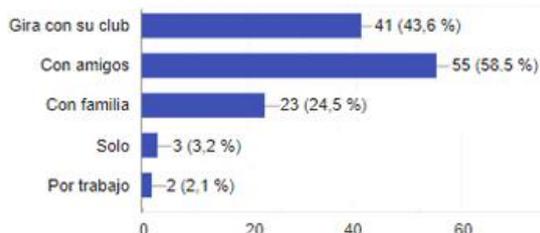
¿Realizarías un viaje para presenciar una de estas?

120 respuestas



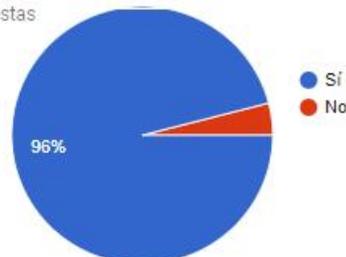
¿En qué contexto?

94 respuestas



¿Asistiría a una Gira de Rugby donde se presenciara alguna competencia internacional de Rugby si tuviese la oportunidad?

199 respuestas



- Por último, un 100% de los que participaron y participarían de este tipo de viajes realizó y realizaría turismo en su tiempo libre y luego del mismo, y volvería a ser parte de una nueva edición del Mundial de Rugby (siempre que las condiciones sean favorables).

Del total de los entrevistados solo el 13,8% son mujeres, y éstas son parte del club como familiares de algún jugador, entrenador o simplemente como amiga de alguno de estos. Ninguna de las mujeres que participaron de la encuesta, son parte activa del deporte en sí, ni tienen algún rol relevante en el mismo, ya sea como entrenadoras, preparadoras físicas y/o managers, ni tampoco asistió a una gira de rugby. Aunque sí, una parte, asistiría a un evento relacionado con el deporte, y solo lo haría como complemento a un viaje, por lo que no representa un dato relevante dentro de los porcentajes de la demanda para sustentar el origen de la investigación, pero que visto desde el punto de vista del análisis de las características del turista de rugby, y de su entorno, nos va a permitir desarrollar aspectos relacionados con la "familia" que se plantea dentro de los valores del deporte y los alcances que tiene dicho término.

La gira como Evento:

- Motivaciones:

Como parte del trabajo de campo se realizaron entrevistas a referentes de la actividad acerca del deporte, las giras y su relación con el turismo con motivo de indagar sobre las motivaciones institucionales en la organización de las giras, cuáles podían ser éstas y los criterios de selección de los destinos. Los mismos fueron: Néstor Galán -vicepresidente de la UAR-, Gastón Serra -operador turístico especializado en giras deportivas-, Gonzalo Ochoa -jugador de rugby e integrante de la Comisión de gira 2019 del Club San Luis-, Patricio Flores -dirigente de Carayá Rugby Club y consejero de la Unión de Rugby de Misiones- y Mariano Hernando -encargado del Programa Tackleando y presidente de Gira de Carayá Rugby Club-.

Según Néstor Galán, vicepresidente de la UAR, “en un principio, una gira se da como algo natural, propio de todos los deportes. En todo deporte nuevo, es necesario, para obtener mayor nivel de competencia, si uno aspira a mejorar, tener justamente con quien competir, y al ser algo incipiente, que recién comienza, es difícil generar esto, dado que todos los que se suman a participar son literalmente nuevos. No todos los equipos podían tener acceso a la competencia en un principio, por esto, los equipos nacionales tuvieron que comenzar a organizar las giras para obtener competencia y esto se trasladó gradualmente a los clubes locales, que fuera del torneo local, buscaban realizar estos viajes para consolidar sus equipos, midiéndose ante rivales más fuertes y generando un grupo más unido”.

El mismo continúa “esto anterior, sumado a algunas características particulares del deporte (como el tercer tiempo y alojarse en casas de los rivales, entre otras), a las nuevas tecnologías y al mayor desarrollo que comienza a tener el deporte luego del Mundial de Nueva Zelanda de 1987, comienza a darle forma a estos viajes, que dejan de ser algo exclusivo de los equipos nacionales y de los equipos mayores de los clubes, y pasa a ser algo que se empieza a desarrollar dentro de los clubes, en todos los niveles”.

No existe una única razón por la que se organizan. Sí existen muchas cuestiones que se relacionan entre sí, y que a la larga se reducen en dos vertientes principales, un fin deportivo y uno social.

En cuanto al fin deportivo, puede ir desde acercar personas al deporte; aumentar el número de jugadores; perfeccionar la técnica de los mismos; generar una identidad de juego y una identidad de equipo; concentrar una exigencia física en un tiempo determinado para obtener los resultados buscados; darles rotación y ritmo a los jugadores del plantel; capacitar a los jugadores y entrenadores del club; a obtener competencia para medir el nivel del plantel, entre otros.

En lo social, busca generar lazos entre personas de distintas edades que integran un mismo plantel; integrar a familiares o personas que no practican el deporte pero que son parte del club y pueden colaborar desde otro lado que no necesariamente tiene que ser deportivo; mejorar la interacción entre todos los eslabones dentro de un mismo plantel, grupo o club (entrenadores, jugadores, preparadores físicos, dirigentes, acompañantes); plantear una unidad entre ellos, donde el bien del grupo es más importante que el personal, y donde cualquiera es importante desde su lugar; conocer personas y lugares donde se practican el mismo deporte y se posee los mismos valores siendo que pueden ser mundos completamente distintos, y que eso genere interacciones que perduren en el tiempo, entre otros.

Pero todo esto no se desarrolla dentro de los días en los que se viaja, sino que es parte de un proceso, que comienza cuando se decide organizar la gira, y que busca continuar luego de esta, sin importar la edad de los integrantes, los resultados obtenidos (no quiere decir que no se busque la competencia) o el lugar donde se lleve a cabo.

En resumen, una gira de rugby surge de una iniciativa, una propuesta, una idea para generar algo, algo que quede en las personas que van a ser parte (tanto las que viajan como las que reciben) y que sirva para marcarlos, para transmitirles, sin que suene trillado, los valores del deporte, que busca, más allá de los errores que se pueden llegar a cometer, demostrar que todos somos importantes, dentro del lugar que nos toque, ganando o perdiendo, siendo bueno o malo, jugando o no. Busca transmitir una unidad sin generar rivalidades que traspasen los límites del campo de juego, y que incluya a todos sus integrantes como partes importantes de un todo y al mismo tiempo

haga sentir que ese todo va a ser el lugar donde cada uno de ellos siempre va a ser bienvenido.

Abordando ya la cuestión de los destinos, según Gastón Serra, “los destinos dependen de la edad de los que viajan, de la capacidad económica del grupo y del objetivo que se persiga. Nuestra empresa se dedica a giras de una duración de 15 a 25 días, con grupo de jóvenes con una edad mayor a 18 años, porque se facilita la organización desde lo que es el papeleo hasta la logística del viaje, y principalmente a países europeos, Sudáfrica o Nueva Zelanda/Australia, que son los destinos más elegidos por los clubes dado que tienen una fuerte relación con el deporte.”

Por otro lado, desde una visión más acercada a la cultura del deporte, Gonzalo Ochoa marca que “los destinos que se eligen son generalmente donde el rugby tiene historia. Se busca conocer lugares donde se vive el rugby, poder hacer clínicas con gente que sabe del deporte en otros países y medirse con equipos con los que no juega habitualmente y juegan de manera diferente”, lo que se complementa con la opinión de Patricio Flores, que señala que “el destino se elige en función del evento, y siempre tratando de buscar lugares donde haya algún tipo de relación con el club, algunas veces no se puede lograr, pero visitar lugares donde se haya creado algún vínculo, ya sea por un ex jugador del club, porque algún integrante pertenecía al club que se va a visitar o porque se tenga gente conocida, le dan un valor humano a la gira que no se puede medir deportivamente. Combinar el deporte, el viaje y lo humano es algo que hace de una gira algo perfecto.”

En cuanto a lo deportivo, Mariano Hernando dice que “el destino tiene que ver con situaciones o circunstancias particulares, el nivel del equipo, los objetivos que se quieran cumplir. Yo creo que lo principal es ver el nivel en el que está el equipo. Si la gira se realiza en febrero se busca un destino con partidos para ir arrancando de menor a mayor, para tomar ritmo, con rivales a la altura, y si se hace a fin de año creo que tiene que ver ya con ver el nivel con el cual se está cerrando el año y para ponerse una vara para el año siguiente”.

Finalizando, y dando una visión un poco más amplia, por su experiencia y trayectoria a lo largo del deporte, Néstor Galán comenta que “las Giras de las décadas del 80` y 90` se dirigían más a competir con equipos europeos de buen nivel teniendo en cuenta que eran equipos amateurs y no competían profesionalmente por lo que se jugaba mucho de acuerdo con el nivel de los equipos, buscando destinos europeos o de Oceanía. Hoy en día el deporte se popularizó más, en dichos destinos creció mucho el rugby profesional y se hizo más difícil organizar partidos con equipos del mismo nivel, y sumado a esto, ante las dificultades económicas del país y los cambios que se van sucediendo, los destinos se van amoldando a las posibilidades de los integrantes de la gira, y de la anticipación con la que se organice. Antes era más sencillo organizar una gira a Europa, porque el rugby era un deporte más elitista, y con un poco de organización era sencillo llegar al objetivo, el único impedimento era juntar los integrantes, dado que el deporte no era muy numeroso. Actualmente, sucede todo lo contrario, el deporte se popularizó, y la cantidad de integrantes se multiplicó a gran escala, por lo que el capital humano es más fácil de conseguir, pero, por el contrario, los destinos hoy se tienen que amoldar al mismo, dado que los precios de las giras internacionales son más elevados, y es necesario una mayor planificación. Igualmente, lo que marca el destino, a mi criterio, es la decisión y el compromiso del grupo. Si el grupo está convencido, se puede plantear cualquier destino. Lógicamente los tiempos para concretarlo van a ser mayores o menores dependiendo del mismo, y de la situación económica del país”.

Preguntados como es el proceso de toma de decisiones en la organización de la gira, las dinámicas de grupo y la selección de alternativas viables respondieron:

Según Galán, “las Giras en los clubes están programadas por las Comisiones Directivas o por los entrenadores, aunque en realidad la iniciativa siempre la toman los jugadores que son quienes las proponen y ello depende de que se junte un buen grupo que le guste mucho el rugby y pueda también aprovechar culturalmente el viaje”.

Dentro de las giras de rugby, siempre hay un Presidente de Gira y los roles de los jugadores, entrenadores y acompañantes, están perfectamente definidos lo que ayuda a que la gira tenga un orden y una organización, debido a que se debe tener muy buena logística que permita entrenar, jugar, conocer y moverse en grupos grandes. Esto implica un gran desafío para los organizadores. Galán aporta que “hay Agentes de viaje que se especializan por Deportes y otros por los lugares en donde tienen muy buenos contactos y enlaces que facilitan la gira, y que trabajan en conjunto con la comisión de gira para que todo salga según lo planeado”.

Serra, especialista en la oferta de Giras, dice que “por lo general tomar las decisiones es algo exclusivo de los grupos que viajan, que lo deciden entre los integrantes de la gira y los directivos del club, porque van en representación de este. Nosotros solo le acercamos las opciones disponibles dentro de sus necesidades. Existen algunas empresas que ofrecen viajes armados, pero dentro de las mismas, las opciones disponibles las deciden los que viajan. Desde el lado del operador solo actuamos como consejeros de estos, por la experiencia que poseemos, y para que todo fluya de mejor manera”.

Como podemos observar, en este punto hay coincidencia en que, a pesar de que los que tomen la iniciativa de llevar a cabo la gira sean los jugadores y, en algunos casos, los entrenadores que viajan con ellos, las decisiones las toman la Comisión de Gira, que es designada por la Comisión Directiva del club, debido a que la gira es en representación de este, y ello conlleva una formalidad necesaria a la hora de identificar a los responsables.

Preguntados sobre como se resuelve el financiamiento, según los entrevistados, se trata desde el club, la comisión de gira y el operador, de entregarle a los integrantes de la misma, la mayor cantidad de opciones para poder reducir los costos del viaje con distintas alternativas que van desde la financiación de los pagos hasta la realización de eventos o rifas.

“El financiamiento de una gira es con recursos propios, organizando eventos y rifas, y trabajos grupales como venta de comida, alguna remerita, etc. La mayoría de las veces el grupo se plantea lo vale la gira por persona, y en función de eso se busca un Operador o se presupuestan directamente los servicios (según la capacidad del grupo de poder costear un intermediario), y se van realizando actividades previas a las fechas de pagos, para que se reduzcan los costos a la hora de poner el dinero. Se trata de organizar y viajar según las posibilidades del grupo” según Flores, que plantea que la financiación sale directamente del grupo. Pero, por otro lado, la misma parte directamente del Club, que según Hernando “brinda opciones y organiza rifas a nivel club, para darle un mayor respaldo al jugador, y en algunos casos brinda apoyo a la misma desde los sponsors que mantienen al equipo jugando donde está”.

Independientemente de donde surgen las opciones de financiación, Ochoa remarca que “cada jugador se financia su viaje”, porque más allá de las opciones disponibles, plantea que “esto depende pura y exclusivamente del jugador, dado que es parte de la cultura del deporte, de que llegar a la misma, requiera un esfuerzo para que valga la pena. Existen integrantes de la Gira que no tienen necesidad de financiarla, pero por eso se plantean actividades grupales, para que todos tengan esa cuota de compromiso, y se genere una conciencia de grupo”.

Al igual que los demás, Galán aporta que “todas las giras de rugby se financian con eventos que organizan los propios participantes, para integrar al grupo, y que se empiece a generar esa unidad que se busca, a partir del trabajo en equipo y del esfuerzo de todos los integrantes”, pero agrega que “la base de la Gira es una rifa que permite recaudar una parte importante del total del costo del viaje y además le genera ingresos al Club que se beneficia también con un porcentaje de la venta que destina a materiales como pelotas, escudos u obras que aprovechan todos los socios del Club y no sólo los que viajan en la gira. Esta rifa, suele lanzarse junto con la Gira, y suele ser de carácter obligatorio para todos los integrantes, pudiendo venderse a terceros, o ser compradas por el mismo integrante, según la capacidad adquisitiva o necesidad de financiamiento de cada uno. Es una realidad que no todos los integrantes de una Gira tienen las mismas necesidades, por lo que se les trata de dar todas las herramientas para que, con esfuerzo, se pueda llegar a costear casi el valor total de la misma”.

Por último, Serra, de que “desde el lado del operador, tratamos de poner a disposición del grupo la mayor cantidad de opciones de pago en cuotas. Algunas veces se traslada las posibilidades que dan las compañías aéreas. Otras veces se ofrecen convenios de financiación con bancos, para lograr que financien sin interés. De otra manera las opciones que hay tienen un costo muy elevado por pago en cuotas. La ventaja de pagar una Gira es que por lo general se organiza con un año o más de anticipación. De esa manera uno lo puede ir pagando de a poco mes a mes”.

- Componentes:

Para enumerar los componentes de una gira de rugby que son desarrollados a continuación, se utilizaron datos obtenidos de la Observación participante del tesista. Para los incisos “¿Quiénes viajan?” y “Organización” se utilizó el aporte de Guillermo Bethular (miembro de la Comisión Directiva del Club San Luis y encargado de Coordinación de rugby infantil y juvenil) y Alejandro Mamblona (Presidente del Club San Luis), y en el de “Tour-operadores” el aporte principal fue de Gastón Serra.

- Quiénes viajan:

Las giras se dan en todos los niveles del deporte, desde que uno ingresa al mismo a los 3 años hasta que deja de jugar, e incluso aún, se puede ser parte de las mismas en todos los niveles como acompañante, sea uno jugador o no, haya jugado o no, e incluso esté relacionado con el deporte o no. El deporte intenta transmitir la importancia de todos lo que lo integran en los diferentes niveles e integrarlos dentro de un mismo esquema.

Por lo general una gira de rugby está integrada por:

1-Jugadores: Por lo general el número de jugadores va de la mano con la cantidad de partidos y equipos que participen de la misma.

En las divisiones infantiles no hay límite ni de jugadores ni de equipos a presentar, por lo que pueden viajar como jugadores todos los integrantes del equipo y/o categoría. En cambio, en las divisiones juveniles y el plantel superior, la cantidad de jugadores por equipo se calcula con un máximo de 30, considerando los 15 titulares, 8 suplentes y 7 de recambio por alguna posible lesión.

En general la cantidad de equipos que se presentan dentro de la misma depende de la cantidad de jugadores disponibles y de la cantidad de partidos a disputar, pero siempre se trata de que cada equipo tenga entre 25 y 30 jugadores, y en función de eso (exceptuando que se trate de un torneo) se busca organizar los partidos. La cantidad de partidos (exceptuando los torneos) que disputa un mismo equipo depende

de los días de duración de la gira, por la necesidad de descanso entre los mismos (suelen desarrollarse con 5 o 7 días de diferencia), y la cantidad de destinos que incluya la misma. Si la gira cuenta con más de un equipo que viaja, se pueden desarrollar partidos simultáneos en el mismo destino, no necesariamente contra el mismo rival. El restante de jugadores que no entren dentro del equipo, o que se encuentren lesionados, suelen viajar en calidad de acompañantes.

2-Entrenador/es: El número de entrenadores no está limitado, pero suelen ser parte de estas solo los entrenadores de las divisiones que viajan, y en caso de ser una gira muy numerosa o que no puedan ir todos los responsables de una categoría, se trata de que como mínimo vaya un entrenador por equipo que va a presentarse.

3-Médico/s: Las giras suelen tener por lo general un médico de cabecera que es responsable del contingente de esta, y la cantidad de ayudantes del mismo suele depender del tamaño de la misma. Al igual que los entrenadores, como mínimo se le asigna un médico por equipo que viaja, aunque dentro de cada partido, para que este se desarrolle, el club que los recibe tiene que contar con un médico responsable del mismo.

4-Preparador/es físicos: A diferencia de los entrenadores, no es necesario que haya uno por equipo, sino que puede haber uno solo para todo el contingente. Por lo general viajan todos los que estén trabajando junto al plantel al momento de llevar a cabo dicho proceso.

5-Dirigentes: Aquí se agrupan los representantes del club que viaja, que no necesariamente tienen que cumplir un rol directivo dentro del club, pero que si son los que actúan de responsables por el contingente en representación de este. Se crea una comisión de gira que, dependiendo del tamaño del contingente, puede ser integrado por una persona (el presidente de gira) o la cantidad que sean necesarios. En algunos casos el presidente de gira solo está acompañado de padres y entrenadores.

6-Acompañantes: Dentro de este grupo se encuentran los jugadores que no son parte del equipo; los que se encuentran lesionados, aquellos que simplemente son parte del plantel pero que no juegan; los padres de estos que quieran ser parte de la gira; y dirigentes y/o entrenadores del club, ajenos al plantel o categoría, que quieran ser parte de esta.

7-Organizadores: Estos son propuestos por la compañía, en caso de que la gira cuente con un Tour Operador que haya contratado para la misma, para que acompañen al plantel y se aseguren que todo lo organizado se cumpla. No es algo que sea obligatorio, dado que existen distintos tipos y niveles de giras de rugby, y no siempre es necesario contar con un Tour Operador que la organice.

Por otro lado, las giras de rugby a nivel local se dividen en tres tipos de gira bien marcados, con características particulares, y que se diferencian principalmente por la edad de los jugadores que la integran. Esto no quiere decir que dentro de una gira o evento especial no pueda acudir la totalidad de las divisiones de un club, o una gran parte, pero los casos de este tipo son puntuales. Estos tres tipos de giras en los que se dividen son: Infantiles, Juveniles y Plantel Superior.

Giras Infantiles

Estas están dirigidas a las divisiones menores de los clubes locales, las cuales van desde los menores de 6 años (año en el que cumplen dicha edad) hasta los menores de 14 años (año en el que cumplen dicha edad). Este tipo de gira se puede realizar durante cualquier momento del año, dado que no cuentan con un calendario deportivo,

sino que se va desarrollando según avanza el año y las posibilidades de conseguir equipos rivales. Por lo general se realizan durante un fin de semana común o un fin de semana largo, y pueden estar conectadas con algún encuentro deportivo de equipos dentro de una misma ciudad. Suelen ser giras dentro del entorno nacional, con una duración de entre 2 y 3 días (dado el calendario escolar al que responden los jugadores y el entorno laboral de los acompañantes). De dichas giras participan jugadores, entrenadores (preparadores físicos incluidos) y por lo general un grupo importante de acompañantes, en su mayoría ambos padres que se mantienen al margen de las actividades deportivas, pero acompañando en caso de que se requiera ayuda de algún tipo. Suelen estar coordinadas por la persona responsable del rugby infantil del club y realizarse con todas las categorías infantiles al mismo tiempo.

Una de las principales diferencias con los otros tipos de giras es que los jugadores se alojan en la casa de las familias los jugadores de los clubes que los reciben, buscando fomentar la camaradería entre los distintos clubes y la integración de los chicos.

Giras Juveniles

Se destinan a las diferentes categorías juveniles de los clubes, que van entre los 15 y los 19 años, y no necesariamente tienen que realizarse de una forma conjunta, sino que cada categoría en particular (se dividen por año de nacimiento) suele realizar su gira anual, dado que los calendarios a los que responden son diferentes, las edades ya tienen otra influencia, la cantidad de jugadores se incrementa generalmente y los partidos tienen un carácter más oficial pareciéndose a las divisiones superiores (no pueden realizarse más de uno por día y la cantidad de jugadores es limitada).

En cuanto al alojamiento es un punto donde varía dado que por las edades es más difícil que se dé que las familias que reciben a los jugadores los alojen en sus casas, así que por lo general todo el contingente se aloja en Hoteles. Hay casos particulares donde se mantiene que los jugadores se alojan en las casas de familia, pero por lo general esto deja de realizarse.

Su duración, a pesar de que los jugadores siguen cumpliendo un calendario escolar, se puede extender unos días (de 4 a 7 días) y en algunos casos, cuando se realizan fuera del calendario escolar, pueden poseer la misma duración que las giras de las divisiones superiores (de 12 a 25 días) y adoptar algunas características de las mismas. Generalmente las de mayor duración son a destinos internacionales, y se dan en categorías de 18 y 19 años, donde los permisos de viajes ya son más sencillos, y no es tan necesario el acompañamiento de los padres.

En dichas giras se mantiene el objetivo de la integración con los clubes que los reciben para realizar los partidos, pero se enfoca especialmente en la integración entre sí del grupo de jugadores, entrenadores y acompañantes que viajan, para consolidar la unidad, y usarlo como forma de comenzar, o darle un cierre a un año deportivo.

Giras Plantel Superior

Estas últimas incluyen a los jugadores desde los 20 años en adelante, que componen las distintas categorías superiores del club (Primera, Intermedia, Pre-Intermedia A, etc.), denominado Plantel Superior. La cantidad de equipos que posea este grupo está sujeto a la cantidad de jugadores independientemente de las edades, y es variable según la cantidad de jugadores que tenga cada Club, lo que no se relaciona con la cantidad de socios que tenga el mismo. En este tipo de gira los partidos ya juegan un rol más importante, no tan formativo como las demás, sino que suelen ser utilizados para que tomen ritmo los equipos de cara a los torneos locales y como preparación para los mismos. Por lo general se buscan organizar partidos con rivales

de un mismo nivel o más elevado, cada categoría (Primera, Intermedia, etc..) enfrenta a un rival distinto, sin necesidad que sean del mismo club, y la cantidad de partidos dependerá de la duración de la gira, ya que no se recomienda que un jugador juegue dos partidos con menos de 72 horas (3 días) de diferencia entre ambos. Suele organizarse un partido cada 5 o 7 días, con el objetivo de que la gira no sea netamente competitiva, sino que dentro de la misma se puedan realizar otras actividades y fomentar la unión del grupo a un nivel más social.

En cuanto al alojamiento, más allá de que se sigue buscando crear relaciones y lazos con los clubes que se visita, dado que el objetivo de este tipo de giras suele ser generar vínculos entre jugadores de distintas edades (el rango etario es mas amplio en esta categoría), generalmente se buscan hoteles, hostels, instalaciones de clubes o incluso universidades, donde pueda permanecer todo el plantel junto, incluido entrenadores y acompañantes.

Las giras de Plantel Superior se realizan mayormente entre los meses de enero y marzo, dado que los torneos comienzan en abril y finalizan en noviembre, y diciembre es un mes especial por las fiestas y el período de descanso. Por esto, y sumado a que ya los integrantes tienen otra libertad para desplazarse, otra capacidad adquisitiva, y es más sencillo realizar viajes más complejos en cuanto a destinos, movilidad y organización, dichas giras suelen tener una duración de 15 a 30 días, dependiendo si se visita un país, o si la gira comprende mayor cantidad de destinos. Igualmente, dentro del mismo país, el contingente suele permanecer de 3 a 5 días en cada ciudad y luego desplazarse a una siguiente, según lo indique el calendario deportivo de la gira y la cantidad de actividades a desarrollar en el mismo. Por lo general se trata de permanecer más días en ciudades que tengan mayor cantidad de atractivos turísticos y actividades (relacionadas y no relacionadas con el deporte) que el grupo pueda realizar.

En estas giras, el objetivo cambia rotundamente, dado que se busca una cohesión grupal, pero con fines netamente deportivos, tratando, a través de la unión del grupo, de alcanzar metas definidas previamente a la realización de la gira. Aquí no se busca realizar un viaje para cerrar una etapa, sino que se plantea organizar el viaje para darle comienzo a algo nuevo, usándolo como punto de comienzo para un año deportivo.

En los tres niveles de gira (infantil, juvenil y superior), es tan importante el desarrollo de la gira, como las etapas previas y posteriores. En los primeros dos, la etapa previa cobra mayor importancia porque se desarrolla durante el año deportivo, lo que sirve como herramienta para unir al grupo durante el mismo, y la etapa posterior (sigue manteniendo una relevancia considerable), pero busca más resultados a largo plazo, generando lazos propios del deporte. En el tercer tipo, la etapa previa es importante dado que tanto la organización y la preparación física son considerables por la exigencia misma de la gira (tanto deportivamente como organizativamente), pero se buscan resultados a corto plazo (dentro del año deportivo), que suelen generarse a partir de la misma. Por lo general luego de una gira deportiva, en este último caso, los equipos suelen mejorar su rendimiento grupal dentro y fuera de la cancha.

- Organización:

Dentro de los componentes de la Gira, la organización juega un rol muy importante para poder cumplir los objetivos de esta, dado que es un viaje que generalmente está compuesto por un número considerable de integrantes, y para que su desarrollo sea adecuado, es necesario coordinar todo de la mejor manera posible. Existen giras de menor cantidad de gente, pero son más esporádicas, y no requieren ni la formalidad deportiva ni institucional que las mencionadas.

Generalmente, las giras de Infantiles y Juveniles son organizadas directamente por el Club, sin necesidad de un intermediario, con contacto directo con las empresas de transporte, el alojamiento, ya sea con el club que los reciben o con el hotelaría correspondiente, y coordinando las comidas del contingente. En cuanto a lo que es seguros de viaje, como suelen ser dentro del país, el club se encarga de todo, dado que la cobertura es más sencilla, y el mismo seguro del club, suele hacerse cargo de todo dentro del territorio nacional.

También existen giras que realizan los Colegios y/o Universidades que tienen dentro de la currícula el rugby como deporte, pero que su desarrollo es con objetivos educativos principalmente, aunque se realizan a los mismos destinos que las mismas que se encuentran bajo estudio. Los encargados de organizarlas generalmente son Tour Operadores, pero responden a las decisiones de los entes educativos y no de los integrantes de esta.

Por otro lado, las giras de Plantel Superior, y en algunos casos de las divisiones Juveniles Mayores (de 18 a 20 años), suelen requerir una organización más específica en todos los aspectos, por lo que se recurre a una empresa o tour-operador que se encargue de la organización de estas, y a todo lo que ello conlleve.

- Tour-operadores:

En el país existen 2 tipos de tour-operadores: los que arman las giras a medida del cliente, tomando como guía los intereses del mismo, y solo limitándose a aconsejar en cuanto a cuáles serían las mejores opciones, desde la elección de destinos, alojamiento, conexiones, restauración y actividades relacionadas con el deporte, para poder tener un buen aprovechamiento del tiempo y evitar la pérdida del mismo por una mala logística; y los que venden giras ya armadas, siempre con opciones dentro de la misma en cuanto a la categoría de los hoteles, la cantidad de destinos y de comidas incluidas, entre otras, pero con itinerarios y duración definida, y destinos programados. Estas últimas suelen ofrecer también paquetes al mundial de Rugby o viajes de capacitación y/o entrenamiento de jugadores y/o entrenadores a academias de rugby de las principales potencias del deporte (mayormente hacia Australia y Nueva Zelanda). Existen tour-operadores internacionales de mayor envergadura, pero como se mencionó anteriormente, son representados localmente por agencias más pequeñas que se encargan de comercializar sus productos.

En cuanto a las giras de rugby, ambos tipos de tour operadores, están dedicados a jóvenes de 18 años en adelante. Los destinos más comunes son Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica y los países integrantes del torneo de las Seis Naciones Europeas (Inglaterra, Escocia, Irlanda, Gales, Francia e Italia), aunque generalmente por la facilidad de conexiones las giras hacia Europa suelen incluir destinos intermedios no relacionados con el deporte, por la cercanía de estos. En menor medida, y para las edades de 16 a 18 años, se realizan giras a países Sudamericanos (Chile, Uruguay, Paraguay y Brasil), porque presentan una mayor facilidad para la organización y la logística, aunque su desarrollo del deporte esté por debajo del que se da en el país.

Entre los tour-operadores locales más importantes de encuentran Team-Sports Argentina (división de deportes de Boreal SRL); Top Sports, Incentives & Events (Operador responsable Pitch Travel & Business); Fair Play Travel (E.V. y T. de Rosario); Play Patagonia (E.V. y T. Capital Federal); y Mérito Travel (E.V. y T. perteneciente al grupo Gema).

Según Gastón Serra "el Tour Operador que se encarga de las giras de rugby por lo general se hace cargo de todo excepto de los tiempos libres, que igualmente se organizan en conjunto con los clientes para que dispongan de momentos para realizar

actividades sin itinerario. Todo lo demás que suceda, desde que se llega al aeropuerto de salida hasta que el grupo está de regreso en el mismo aeropuerto, es responsabilidad 100% del operador turístico y/o el prestador del servicio. Por lo general los grupos que realizan las giras están interesados en tratar de realizar la mayor parte de las actividades (relacionadas con el deporte y no relacionadas) en conjunto, ya sea desde el alojamiento, las comidas, hasta asistir a algún partido de rugby o alguna clínica, incluso algún tour que permita que lo realice todo el contingente al mismo tiempo. Las demás actividades de ocio corren por su cuenta, dentro de los tiempos libres, que igualmente las realizan en grupos, pero más reducidos”.

Luego señala que “El ambiente del rugby, a pesar de su crecimiento, suele estar muy interconectado, por lo que los organizadores de las giras suelen pertenecer al mismo. La mayoría de los Operadores tienen personas que están relacionadas con algún club, o que fueron parte del deporte, por lo que se suelen recomendar u organizar entre gente del ambiente. Nosotros somos nuevos en esto de las giras, pero comenzamos casi sin experiencia, porque al ser patrocinador del Club San Luis, se nos acercaron para proponernos armar una gira por el año 2013, a Europa (que por suerte salió a la perfección), y a partir de allí abrimos un sector dedicadas a las mismas. No es el rol principal de la empresa, pero el sector está en un crecimiento constante”.

Según su experiencia, dice que la iniciativa “surge pura y exclusivamente de los clubes, principalmente de los jugadores, que se acercan con una idea, y entre ambas partes le damos forma a la misma”, y que las giras “siempre se arman a medida del Cliente, por lo menos desde nuestra empresa. Todos los grupos son distintos en cuanto a exigencias de vuelos, calidad de hotel, exigencias de nivel deportivo para las competencias de carácter amistoso, etc. Entiendo que hay empresas que solo hacen la parte de la venta y comercialización de la Gira y dejan la parte operativa y contratación de servicios en destino en manos de otros, pero nosotros tratamos de acercarle las mejores opciones al cliente dentro de los pedidos que nos hagan”.

Serra divide las tareas del operador en:

>Alojamiento: es, después de los vuelos, uno de los pilares de la gira, dado que a partir del número de personas que viajan y del presupuesto que maneja el grupo, tratamos de ofrecerle opciones de calidad según el destino, ya sea en cuanto a categoría, ubicación y conectividad para que los grupos puedan moverse con libertad en los tiempos libres. Se busca siempre ofrecer alojamientos con desayuno incluido dado que facilita la logística del grupo al tener que comenzar el día.

>Transporte: en este punto lo principal son los vuelos de ida y vuelta que, luego de fijar la fecha de salida y de regreso, se busca disponibilidad y trata de congelar el precio para poder brindarle la mejor financiación posible al grupo desde nuestra agencia, con pagos en efectivo o con tarjetas de distintos bancos. Luego, los transportes internos desde y hacia los aeropuertos; dentro de las ciudades para asistir a eventos y/o clínicas deportivas; y entre ciudades, son más complejos en cuanto a la logística, dado que a veces hay que dividir a los grupos, pero en cuanto a los precios son más accesibles que el vuelo principal.

>Restauración: dentro de esto se incluye fijo el desayuno y las cenas del grupo. Las demás comidas suelen estar sujetas a las actividades del mismo, si son en grupo se incluyen comidas grupales, pero si son tiempos libres se suele ofrecer viandas para que los integrantes puedan dispersarse un poco, pero tengan el refrigerio incluido. La única comida que corre exclusivamente por cuenta de los que viajan, son las meriendas (y alguna cena, dependiendo del itinerario), en las que se les brinda mayor libertad a los mismos. Los precios siempre tratan de ser económicos para que no sean un factor que afecte el monto de la gira.

>Ocio: se trata de darle tiempos libres a los grupos para que puedan realizar actividades en grupos más pequeños, dado que a veces es muy difícil que todo el contingente acuda a ciertos lugares de interés turístico y en otros casos ellos mismos desean que se rompa un poco el bloque, y poder tener un poco más de libertad. Igualmente, en la medida que se pueda, se ofrecen excursiones o actividades para todo el grupo.

>Seguros: desde que se sale del club (por lo general las giras parten hacia el aeropuerto del club al que pertenecen, es una formalidad de los mismos, todos juntos) hasta que se regresa al mismo, el Operador saca un seguro para cada integrante del contingente, se encarga de contratar empresas que tengan un respaldo en caso de algún inconveniente, e igualmente se le recomienda a cada integrante de la misma, en caso de que le sea posible, tener un seguro médico propio.

Capítulo 3. Cultura Rugbier

Luego de una Observación participante realizada dentro del Club San Luis a lo largo del año deportivo, dentro del Plantel Superior del mismo, en ámbitos deportivos relacionados, o no, con la gira futura, definiremos una serie de cuestiones, o tradiciones, propias del deporte, que luego se incluyen dentro de la gira deportiva.

- Tradiciones:

-Tercer tiempo:

El deporte cuenta con 2 tiempos en los que se divide el juego y un 3er tiempo que se desarrolla luego de finalizado el juego, en donde el equipo local, realiza una recepción (consta de comida y bebida generalmente) en la que atiende al equipo visitante, y es una forma de agradecimiento de haber visitado su club. Esto se desarrolla cada sábado en los que hay partido, ya sea de forma oficial o en calidad de amistoso, que trata de transmitir que luego de terminado el juego no existen rivales, sino que todos son parte de un mismo deporte, en el que se comparte una misma cultura.

Esta costumbre se mantiene de forma casi obligatoria en todos los niveles del mismo (amateur, semiprofesional y profesional), ya sea en juegos locales o internacionales, entre clubes o seleccionados, y en competencias oficiales, no oficiales y giras.

Dentro de los mismos se pueden encontrar jugadores, entrenadores, preparadores físicos, médicos, directivos, exjugadores e incluso no jugadores (integrantes del club o externos al mismo) tanto del club local como del visitante, árbitros y en algunos casos mujeres, que por lo general son parejas de alguno de los anteriores (en su mayoría de jugadores) y en menor número amigas de estos.

En ciertos clubes que poseen tanto rugby como hockey y comparten un espacio común se da tercer tiempo en conjunto, pero esto no es algo que se desarrolle en todos los clubes. En cuanto al rugby femenino, dado que el torneo se disputa generalmente los domingos y el masculino los sábados, no comparten un único tercer tiempo, y en general tienen un menos desarrollo dentro de la UAR.

- Reuniones:

Ante el inicio de temporada se realiza una reunión primero de entrenadores y referentes de los grupos, en donde se plantean y definen objetivos y líneas de acción, y luego se realiza una reunión grupal informativa en la que se transmite toda la planificación anual y lo que se espera alcanzar durante el año.

Durante el año se van realizando pequeñas reuniones entre el primer grupo reducido en las cuales se va analizando el progreso y se va buscando nuevas alternativas para los puntos débiles para mejorar el desarrollo.

Luego de terminado el año, se vuelve a realizar una reunión para hacer un balance, que, en una reunión posterior y grupal, se transmite al grupo y se renuevan los objetivos para el próximo año.

- Cenas:

Al igual que las reuniones, pero solo de manera grupal, todos los equipos que se preparan para disputar un torneo, luego de finalizado el último entrenamiento previo al primer partido, realizan una cena de inicio del torneo, en la que participan jugadores, staff y directivos.

Esto mismo se realiza luego del último entrenamiento oficial del año, como forma de coronar en grupo la temporada, independientemente de los resultados obtenidos.

- Rifas/eventos:

Algunas formas de juntar fondos para realizar obras en el club, para solventar gastos del plantel o simplemente para aprovechar alguna actividad que se desarrolle en la ciudad (un recital en el Estadio Único), son la organización de eventos como fiestas/cenas, de estacionamientos; la venta de comida o bebidas los días de partido; e incluso la organización de rifas. Todos estos son organizados por las distintas divisiones del club y/o del club mismo (ya sea de rugby o de hockey), con previa autorización de la comisión directiva, y son llevadas a cabo por los integrantes de esta, completamente ad-honorem, y con el solo fin de aportar para un bien común.

Todas las actividades que se desarrollaron son partes fundamentales de la gira. Tanto las rifas/eventos, como las reuniones se desarrollan previo al inicio de la gira. Antes de iniciar la misma se da una cena pre-gira, donde generalmente se reparte la indumentaria especial que el grupo va a llevar como insignia durante la misma. Luego, ya en el destino, se realiza una cena de inicio de gira, que por lo general se desarrolla en el primer club (o el único dependiendo de la duración de esta) que va a recibir al grupo. Al finalizar la gira se realiza una cena de cierre (no necesariamente en el club que se esté visitando).

Durante el desarrollo de la misma, y siendo la parte más importante de la gira, luego de disputado cada partido, e independientemente del rival, del idioma o del país, se realiza un tercer tiempo con cada equipo al que se enfrente, donde a pesar de que ambos equipos pueden tener una gran cantidad de diferencias socioculturales, los une la identificación con las características culturales del deporte, y en la que se eliminan todo tipo de barreras.

Tanto al llegar al club como luego de finalizado el encuentro, la recepción del equipo visitante es como si se conocieran de toda la vida. Por lo general los equipos que te reciben te prestan sus instalaciones para entrenar, y luego, el día de partido, solo existe la rivalidad el tiempo que dure el mismo. Al finalizar, por lo general el local invita a comer al equipo visitante y lo hace sentir como en su casa.

- Rol de la mujer:

Dado que prácticamente no se menciona la participación de las mujeres según la mayoría de los entrevistados y los trabajos de campo, tanto en las entrevistas como en la observación participante, se les preguntó a dos de los entrevistados (Galán y Serra), los más representativos, acerca del rol de las mujeres en las giras y sobre las giras de rugby femenino.

Acercas del rol de las mujeres dentro de las giras, Galán, planteó que “por lo general dentro de las giras, salvo las de infantiles que se trata de que vaya toda la familia, la integran solamente hombres. En las giras de infantiles se trata de, cómo los jugadores son chicos, hacer que ambos padres tengan la opción de acompañar a los hijos, proporcionándoles un hotel al que asisten todos los que quieran, y opciones para viajar, junto con el grupo. Esto no se da en las giras de mayores, por lo general son todos hombres, jugadores, staff y acompañantes. Yo creo que esto es algo cultural, propio del deporte, ya que, al no tener un fin netamente competitivo, todo el grupo prácticamente convive en los alojamientos, y es más fácil la convivencia de esta manera. Las puertas siempre están abiertas a que acompañen madres de jugadores y/o parejas, pero esas barreras hoy no sé han podido romper”. Y por el lado de la oferta, y de la parte que organiza las mismas, Serra expuso que “en cuanto a la

participación de mujeres en los viajes, usualmente no viajan con el grupo. Rara vez ha ido alguna acompañante que cumple el papel de médica o de kinesióloga, pero por lo general esto no se da. Si, existe una participación activa de las madres de los jugadores en la organización, más que nada cuando son giras de juveniles, y en muchos casos es mayor el compromiso que el de los padres”.

Así mismo, y en relación con las giras de rugby femenino, según Galán “su desarrollo es muy incipiente, por lo que se realizan, pero a nivel local, es más difícil organizarlo, dado que el compromiso hoy es menor, porque todavía no se termina de generar ese sentido de pertenencia hacia los clubes. Hay países donde ya el desarrollo es mucho más avanzado, y hasta existe un Seis Naciones de mujeres, donde juegan con el mismo formato que el rugby masculino de 15 jugadores. En Argentina solo se juega modalidad ten (de 10 jugadoras) o seven (siete jugadoras)”. Desde su experiencia, Serra nos dice que “calculo que se deben organizar giras de rugby femenino, debe haber agencias que organicen, siempre y cuando exista el mercado. A nosotros no nos ha tocado organizar una, cómo agencia apuntamos más al rugby masculino y al hockey femenino por el desarrollo de ambos deportes en la ciudad y las conexiones que tenemos con los mismos, pero si llega una propuesta estamos dispuestos a llevarla a cabo. Es una cuestión de mercado, uno apuesta a lo que cree que puede llegar a darle resultados positivos”.

A pesar de que el desarrollo del rugby femenino en Argentina viene creciendo de manera exponencial, pasando de tener 229 jugadoras fichadas en 2009 a 4.430 en 2018 (sin contar a las jugadoras de edad precompetitiva), y de que los clubes buscan en sus discursos atraer a “la familia” hacia al rugby, hoy el entorno de las giras de rugby es algo exclusivo del sexo masculino al momento de viajar. Se le da participación para colaborar en la organización a mujeres relacionadas con el entorno de los grupos que van a realizar el viaje, pero no se la termina de incluir dentro del desarrollo de este.

- La gira dentro del modelo de horizontes deportivos:

El rugby como deporte en sí, mantiene características que marcan su horizonte deportivo central, pero, dentro del mismo, existen otras que se contraponen y se amalgaman con las primeras, propias de la cultura de este, que se asemejan a horizontes marginales, fuera de la estandarización, y que muestran como dentro de un mismo ámbito pueden convivir ambos, siendo completamente independientes, pero complementándose para lograr un mismo objetivo.

Todas estas características, se mezclan dentro de las giras, desde su gestación hasta que se llega al objetivo que persigue la misma. Este objetivo no siempre es un logro deportivo, sino que por lo general es consolidar grupos, generar lazos entre personas que no tienen mucho en común fuera del ambiente del deporte y romper con barreras sociales que existen fuera del mismo.

La gira cuenta con muchas características que son propias del horizonte deportivo central, como, por ejemplo:

- Dentro del ambiente sociopolítico, la misma posee una organización burocrática e institucional, dado que tiene que seguir una serie de reglas y etapas para su desarrollo, como lo son la aprobación de esta por parte de la Comisión Directiva (CD) del club, el lanzamiento formal de la misma, el tiempo para obtener la documentación necesaria de todos sus integrantes, los permisos de viaje y los seguros de viaje, entre otros.

Por otro lado, posee una utilización política de la misma, por parte del club y de la CD, para usarla como imagen de progreso, de organización y de resultados, que sirvan como reflejo del buen funcionamiento y de las propuestas que se le quieren brindar a la sociedad. Los grupos que viajan suelen tener ir en representación de un club y mantener una vestimenta uniformada para todo el contingente, generalmente obligatoria en los encuentros entre instituciones, para mantener la formalidad y seriedad que busca transmitir la institución.

- Desde lo cultural, la misma busca romper barreras nacionales, territoriales o lingüísticas, tratando de impulsar valores adquiridos del deporte, dentro de los grupos que viajan y hacia el exterior, transmitiendo esto equipos que los reciben; y manteniendo una línea de comportamiento, dentro de los destinos a los que viajan, sin perder el disfrute de esta, pero respetando las reglas dentro de los mismos.

También busca mostrar el grado de desarrollo y la fortaleza del deporte, y sus valores, dentro del grupo, siendo el mismo como una carta de presentación, un estilo de vida.

- En lo que respecta al ámbito socioeconómico, como hemos descrito, la gira posee una jerarquización de sus componentes muy marcada. Desde lo que es más relacionado al juego, los equipos que la conforman se dividen por nivel, teniendo la mayor categoría el equipo que posea un nivel más alto que los demás, denominado Primera división en Plantel Superior o en juveniles (se utiliza el alfabeto para jerarquizarlos) el equipo A; luego de dicha división, a cada equipo le corresponde jugadores según el nivel de juego que posean, yendo los que posean mayor nivel a la mejor categoría y decreciendo su estatus según su habilidad; ya dentro de cada equipo, existe un capitán que representa la figura más importante, y luego, por posiciones, jugadores de “mayor” o “menor” importancia para el desarrollo del juego. En las giras, y el deporte en general, la figura del capitán del equipo de mayor nivel representa a la figura por excelencia del plantel completo.

Por otro lado, yendo a un punto de vista más institucional, en la gira se eliminan los esquemas deportivos (a pesar que se respeta la figura de los capitanes como ejemplo de comportamiento y liderazgo), y se forman grupos que responden a una persona encargada del mismo (es recíproca la responsabilidad), este encargado se relaciona de esta misma manera con la comisión de gira y por último estos responden al presidente de gira, que es el responsable máximo del comportamiento del grupo (también el que decide las sanciones en caso que haya que aplicarlas) en representación del club durante el viaje.

Luego de desarmar la gira dentro de las características propias del HDC que posee, vamos a adentrarnos en las características que tiene dentro del HDM, para ver como ambos horizontes pueden coexistir dentro de la misma. Dichas características son:

- Dentro del ámbito social, la gira persigue la formación de grupos (“sociedades paritarias” como lo define el Mata Verdejo), donde, más allá de la jerarquización deportiva existente, se busca que dicho grupo se maneje sin las mismas, como iguales, compartiendo todo tipo de experiencias dentro del desarrollo de la gira en todo su espectro. Esta unidad se pretende que no sea establecida, sino que surja de la interacción de los integrantes del grupo, sin que se genere un lazo de amistad profunda, pero sí que exista una incondicionalidad del individuo hacia el grupo, y que, ante la necesidad de colaboración, se imponga el “nosotros” a el “yo”.

En otro aspecto, el grupo busca marginarse del sistema y del medio en el que se desarrollan sus vidas cotidianamente, para poder eliminar las barreras sociales entre los individuos que lo componen, y lograr fortalecer otro tipo de valores que intenta transmitir el deporte.

En la gira se busca salir de lo establecido, de lo cotidiano, utilizando las dificultades que se presentan en el día a día como forma de fortalecer al grupo. Al realizar un viaje y ser un equipo deportivo, muchas veces no se cuenta con las instalaciones necesarias o las comodidades que se tienen en el club al que pertenecen, y se busca adaptarse al entorno donde se encuentran, para poder seguir entrenando. Esto no quiere decir que para jugar un partido no se necesite un terreno de juego adecuado, pero sí que, si no se cuenta con un espacio adecuado para realizar en entrenamiento, los grupos suelen utilizar los espacios naturales para poder llevarlo a cabo, ya sean playas, bosques y/o colinas, lo que el autor lo define como una “reinterpretación del medio físico”. Por otro lado, siempre se trata de que el entrenamiento (o partido) se lleve a cabo sin importar el clima, (evitando situaciones extremas) entrenando o jugando en temperaturas bajas/altas, haya sol o llueva, sea al amanecer o en horarios nocturnos, utilizando esta transgresión o esfuerzo, como elemento para generar un sentido de unidad y de pertenencia.

-En cuanto a lo que se plantea como ámbito psicomotor, el componente del riesgo físico está incluido en el elemento principal de la gira que es el deporte que le da origen. Tanto el entrenamiento como el desarrollo del juego se desarrolla en extremo calor o bajas temperaturas, con nieve, lluvia o incluso fuertes vientos. Solamente se suspende ante una tormenta eléctrica cercana, dado que las haches que se ubican en el terreno de juego, suelen ser metálicas y de gran altura, por lo que aumentan la probabilidad de que “atraiga” un rayo en el terreno de juego. Por otro lado, el rugby, es un deporte de contacto, en el que más allá que no se ponga en juego la vida y se trate de prevenir cualquier tipo de accidente, el riesgo físico está implícito dado que constantemente se generan situaciones de impacto y de alta exigencia física. Más allá de que no se controle el riesgo completamente, la persona que práctica el deporte, se entiende que disfruta hacerlo, por lo que las situaciones mencionadas no le provocan sufrimiento, sino que, por el contrario, le generan un sentimiento de placer.

-Por último, dentro del espectro de lo tecno-económico en el rugby como deporte, se pueden ver las tres características que marca el autor, como lo son la “tecnificación al servicio del virtuosismo” en lo que es la especialización de los equipos de elite y como la masiva comercialización generó el crecimiento exponencial del mismo donde se mezclan individuos que tienen décadas de practicarlo con otros que no poseen la más mínima experiencia (el rugby argentino es un ejemplo claro de esto); la “estética radical” del estereotipo del físico del jugador de rugby y su forma de vestir, que no van de la mano con los gustos sociales, sino que son solo comunes dentro de su entorno; y por último la “comercialización del movimiento radical”, siendo un deporte netamente amateur hasta mediados de los 90 y actualmente teniendo un nivel de profesionalización y desarrollo comercial que llevan a que esté presente en su modalidad de Seven (7 personas por equipo) a nivel Olímpico y que el mundial de la disciplina sea el 3er evento a nivel audiencia detrás del Mundial de fútbol y las Olimpiadas.

Más allá de que esto, aquí se puede ver como dentro del mismo deporte, en ciertos ámbitos coexisten los horizontes, dado que, aunque una parte del mismo responda a todas las características del HDM, como lo es el desarrollo del rugby profesional, el rugby amateur por otro lado mantiene todas las características originarias del deporte, que se contraponen con lo anteriormente expresado. Pero en esta contraposición es donde entra en juego la gira como herramienta conciliadora, subsanando los aspectos negativos que a veces genera la comercialización y crecimiento del deporte, y generando un lugar donde se da la interacción de personas que nacieron dentro del entorno del mismo, con otras que se sumaron más tarde, y permitiendo el intercambio de experiencias y valores.

Muchas veces dentro del rugby más allá que se pregone incluir a la gente que se quiera sumar, sin importar la edad, es difícil hacerlo. Para esto se crearon los ritos (desarrollados anteriormente) que son propios de la cultura del deporte. Pero estas barreras se terminan de romper dentro de las giras, donde todas estas herramientas se desarrollan conjuntamente, y donde no se persigue un objetivo deportivo, ni cultural, ni turístico en sí, sino que se persigue que el conjunto de todos ellos, generen una experiencia única, que se pueda transmitir, y mantener la esencia.

Conclusión

La presente tesis tuvo como objetivo encontrar las características del turista que se relaciona con el rugby y las giras que estos realizan, para poder definir una sub-tipología de turismo que enmarque a este individuo de una manera correcta, tratando de comprender la mayor parte de los aspectos que sean posibles, dado que no existe una bibliografía académica que lo haga, y que dentro de las tipologías de turismo ya definidas no hay una que lo abarque en su totalidad.

El trabajo se respalda en el crecimiento del deporte a nivel internacional y principalmente nacional, a partir del mundial de Francia 2007, lo que hizo que el mercado potencial y puso al deporte en la agenda nacional hasta el punto de tener intenciones de postularse como sede del mundial de rugby del 2027, por lo que para toda propuesta futura es una buena herramienta tener definido al turista al que se apunta y como es el tipo de turismo que este consume, ya sea para proyectos de turismo emisivo como para los de turismo receptivo, como por ejemplo posicionar un destino como punto de interés para los que consumen este tipo de turismo, basado en el desarrollo del deporte en dicho lugar.

Este turista, como se plantea en la hipótesis del trabajo, surge a partir de la cultura del propio deporte, que utiliza el viaje como una herramienta dentro de esta, para transmitir y fortalecer los valores y principios que posee. Para demostrar esto se realizó un trabajo de investigación que constó en primer lugar del desarrollo de un marco teórico para poder enmarcarlo, y luego de un trabajo de campo dividido en tres partes, una encuesta aleatoria dentro del ambiente del rugby, una encuesta a personas relacionadas con la dirigencia de rugby y organización de giras, y por último (pero de forma simultánea a las dos anteriores) una observación participante del tesista dentro del club de rugby San Luis de la Plata.

De las encuestas se obtuvo que las personas que consumen este tipo de turismo, dentro del ámbito local, mayormente se ubican entre el rango de 20 a 35 años, son en su mayoría hombres, solteros y que su actividad principal es el trabajo, por lo que poseen una autonomía económica y no tienen responsabilidades ligadas a la familia que les limiten el ser parte de una gira. La mayor parte de estos jugaron en algún momento de su vida al rugby y de los que no juegan actualmente la mayoría jugó por más de 10 años. Por otro lado, se acercaron al deporte hace más de 10 años por medio de algún familiar o amigo, lo que demuestra cómo se transmite mediante el entorno y no es algo que sea una moda producto de las nuevas tecnologías. Estos asisten asiduamente a partidos del club al que pertenecen. En cuanto a la relación con los eventos relacionados con el deporte, a nivel internacional, la mayoría de las personas no han podido asistir, ya sea por cuestiones económicas o de disponibilidad de tiempo, pero si están dispuestos a ser parte de un viaje que incluya alguna de estas siempre y cuando el contexto sea dentro de una gira de rugby, lo que saca a relucir que el foco en sí no es el evento en sí sino que es más importante el contexto en el que lo hacen, que es parte del deporte, pero más centrado en las relaciones sociales que este genera que en la práctica puramente deportiva.

Con las entrevistas y la observación participante, se llegó a que la gira de rugby no es un viaje exclusivo de un rango de edad determinado, sino que es algo que se fomenta en toda la institución, y que se desarrolla en todas las edades del individuo, lo que varían son las características de los viajes, los roles de los integrantes de cada grupo, la duración y los objetivos deportivos de los mismos. Lo que, si comparten todos, son los objetivos culturales y sociales propios del deporte. El rugby utiliza la gira como una herramienta que es fundamental para terminar de afianzar todos los valores que se tratan de inculcar dentro del mismo, como son la lealtad, el compañerismo, la igualdad

y el trabajo en equipo, entre otros, a través de un viaje en el que se combina deporte, cultura y turismo, y en el que cada integrante del grupo cumple un rol dentro del objetivo a alcanzar. Estas giras superan lo netamente deportivo y buscan incluir a todas las personas que quieran ser parte del proceso de esta. Esto muestra como dentro del mismo deporte se mezclan distintos horizontes como una forma de evolucionar y perfeccionar la actividad, pero siempre tratando de mantener las bases de este, a través de herramientas que puedan contemplarlos a ambos, como lo son las giras, donde el principal objetivo es lo humano y todos los demás objetivos, ya sea los deportivos, los culturales o sociales, son secundarios, y llevan a obtener el primero, a través del viaje.

A partir de todo lo anterior, se puede concluir que el turista relacionado con el rugby y los viajes que este realiza son algo propio de la cultura del deporte, que se desarrollan dentro del mismo y que las giras poseen características específicas. No es algo exclusivo de un sector etario o económico, sino que surge del deporte, y se da en todas las edades de este, incluyendo a todos los individuos que lo integran, sin importar su nivel económico y social por fuera de la institución. Esta subcultura busca eliminar diferencias sociales, culturales y económicas, entre las personas que la integran, utilizando el turismo como una forma de generar lazos con personas que son parte del mismo ambiente, pero en distinto territorio y fortaleciendo los lazos ya creados dentro del grupo que realiza el viaje.

Es evidente que más allá de que existe a nivel institucional una propuesta de giras para todas las edades, el mercado a nivel local tanto emisor como receptor se centra en su mayoría en el rango de edad que arroja la encuesta, porque dentro de los clubes son el grupo más numeroso de socios activos y son personas que poseen mayor libertad para realizar los viajes más rentables para las agentes de turismo, dado que requieren de una organización mayor e incluyen a más sectores del mismo, por lo que representan un mercado más interesante para los operadores. Estos viajes suelen desarrollarse en su mayoría de enero a marzo inclusive, dado que son los meses en los que los equipos no se encuentran en competencia y hay mayor facilidad de planear un itinerario.

Existe un mercado que ofrece viajes armados, pero como se desarrolló en el trabajo, este tipo de viaje es algo más íntimo, propio del deporte, que suele desarrollarse entre los grupos que van a viajar y agentes u operadores que pertenecen al club, o están relacionados con el mismo en algún punto, por lo que si se quiere desarrollar una oferta apuntada a esta demanda, es importante conocer al cliente y saber que se debe tener una flexibilidad en cuanto a las opciones más allá que generalmente los destinos poseen una conexión con el deporte. Una propuesta para esto es generar lazos con los clubes por parte de los agentes, para obtener la confianza necesaria y así organizar las giras que quieran realizar los mismos.

Por otro lado, este turista, su cultura y sus viajes, están relacionados fuertemente con destinos que posean alto desarrollo del deporte y que culturalmente vivan el deporte. Por esto es por lo que estas giras se realizan a lugares donde se pueda presenciar partidos de rugby y realizar actividades como clínicas o entrenamientos. Como una línea de trabajo que se desprende del presente trabajo, es una interesante propuesta desde el lado del turismo receptor, analizar la idea de que se presente a la Ciudad de La Plata como un destino de rugby, dado que posee siete clubes de rugby que participan de la URBA y el desarrollo del deporte tiene más de 50 años de antigüedad en la ciudad, y que para el rugby que se practica en Sudamérica, puede ser un atractivo interesante por el nivel deportivo que posee.

Por último, en un análisis con un eje más social, es importante destacar que dentro del deporte, más allá de que hoy en día los clubes de rugby están abriendo sus puertas

al rugby femenino, los resultados de las encuestas, las entrevistas y la observación participante, muestran que sigue habiendo una hegemonía del sexo masculino dentro del mismo, y puede plantear una contradicción dentro de lo que predica el mismo y su apertura a la "familia", porque a pesar que quiere incluirla el rol de la mujer (exceptuando la mujer que es jugadora activa o que está involucrada dentro del rugby femenino) no tiene una gran influencia dentro del desarrollo del mismo, sino que su participación sigue siendo pasiva, como acompañante, mientras los límites del deporte lo permitan. Esto se ve mucho más acentuado dentro de las giras, dado que como hemos visto, su participación es nula en todas las etapas, exceptuando las giras infantiles. Incluso dentro del rugby femenino, la participación masculina es más representativa a nivel dirigencial que la femenina. Esto no quiere decir que se prohíba que las mujeres viajen con el grupo, pero si marca que hoy en día no es parte del ideal con el que se gesta una gira de rugby que las mujeres que integran la familia sean parte de la misma.

Se puede decir que dentro de la cultura del rugby, más allá de que en el discurso se hable de familia, hoy no representa al total de la misma, sino que se usa ese término para englobar a las personas que integran el ambiente rugbístico, pero que no incluye en muchas partes del mismo a la mujer, sino que sigue siendo algo exclusivo del sexo masculino, lo que también es una característica importante de nuestro turista y de sus viajes, y que puede representar como información importante para el mercado actual, pero también una herramienta para desarrollar un mercado nuevo dentro del mismo deporte, dado el crecimiento que está teniendo el rugby femenino dentro del país.

Bibliografía

Arce Cortés (2008), "Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación?". Revista Argentina de Sociología, N°11, pp.257-271, Argentina.

Alabarces (1998), "¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?". Nueva Sociedad, N°154, pp.74-86, UBACYT, Buenos Aires.

Barget y Gouget (2008), "Un análisis de la copa del mundo de rugby 2007 en Francia". Revista Asturiana de Economía, N°42, pp. 103-127, Universidad de Limoges, Francia.

Boullón (1990), "Planificación de Espacios Turísticos", Editorial Trillas, México D.F.

Canclini (2004), "Diferentes, desiguales y desconectados", pp.29-43, Editorial Gedisa, Barcelona, España.

Capanegra (2005) "Causas, desarrollos y efectos de una antigua práctica". Turismo Cultural, 1ra edición, pp.143-150, CPPHC, Buenos Aires.

Capretti (2010), "La cultura en juego. El deporte en la sociedad moderna y posmoderna". Trabajo y Sociedad, Vol. XV, N°16, pp.231-250, Universidad Nacional de Santiago del Estero, Argentina.

Carrizo Moreira y Vieira Batista (2009), "Turismo de eventos: Desafíos estratégicos de la ciudad de Joao Pessoa (Brasil)". Cuadernos de Turismo, N° 23, pp.31-46, Universidad de Murcia, España.

Collins (2009), "A social history of English rugby unión", Editorial Routledge, Reino Unido.

Cuche (s/f), "Génesis social de la palabra y de la idea de cultura", pp.11-20.

De la Torre Padilla (1992), "Turismo, fenómeno social", p.143, Fondo de cultura económica, México D.F.

García Naharro (2012), "Cultura, subcultura, contracultura: Movida y cambio social 1975-1985". Actas del III Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo. Logroño: Universidad de La Rioja, 2012, pp. 301-310, Argentina.

Garnham (1996). "Ranfurly Shield Rugby: an investigation into the impacts of a sporting event on a provincial city, the case of New Plymouth, Taranaki, New Zealand". Festival Management and Event Tourism, N°4, pp.145-149.

Green y Chalip (1998), "Sport Tourism as the celebration of subculture". Annals of Tourism Research, Vol.25, N°2 (1998), pp.275-291.

Higham (2005). "Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis", Editorial Butterworth-Heinemann, Londres, Inglaterra.

Hinch y Higham (2001). "Sport Tourism: a framework of Research". International Journal of Tourism Research, N°3 (2001), pp. 45-58, Editorial Chichester, Reino Unido.

Hinch y Higham, "Sport Tourism Development", 2004, p. 30, Clevedon, Reino Unido.

Icomos (1976), "Carta de Turismo Cultural", Bruselas (Bélgica).

Jafari y Xiao (2000), "Encyclopedia of Tourism", Editorial Springer, España.

Jones (2001), "Mega-events and host-region Impacts: Determining the True Worth of the 1999 Rugby World Cup". International Journal of Tourism Research, N°3 (2005), pp. 241-251, Editorial Chichester, Reino Unido.

Latiesa y Paniza (2006). "Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis". Revista Internacional de Sociología, Vol. LXIV, N°44 (2006), pp. 133-149, Universidad de Granada, España.

Mata Verdejo (2002), "Deporte: cultura y contracultura. Un estudio a través del modelo de los horizontes deportivos culturales". Apuntes. Educación Física y Deporte, Vol. 1, N°67 (2002), pp.6-16, España.

Morere Molinero y Perelló (2013), "Turismo Cultural: Patrimonio, museos y empleabilidad", EOI, España.

Novoa Pérez (2013), "El turismo de eventos, congresos, reuniones y convenciones en Cartagena de Indias: un sector de gran dinamismo en la economía local". Revista Desarrollo regional y competitividad, s/n, p.123-135, CEDEC, Colombia.

OMT (s/f), "Introducción al turismo".

OMT (2017), "Definiciones de turismo, CTC". 22ª Sesión de la Asamblea General, Chengdu (China).

Richards (1996), "Cultural Tourism in Europe", Editorial CAB, Wallingford, Reino Unido.

Richards (2003), "What is Cultural Tourism?" en van Maaren, Editorial Erfgoed voor Toerisme, Nationaal Contact Monumenten, s/f, Holanda.

Ritchie, Mosedale y King (2000), "Profiling sport tourists: the case of Super 12 Rugby Union in the Australian capital territory". Current Issues in Tourism, N°5, pp.33-44, Canberra, Australia.

Woodside y Drew (2008), "Tourism Management: Analysis, Behavior and Strategy", Editorial CAB, Wallingford, Reino Unido.

- Páginas web:

A Pleno Rugby, <https://www.aplenorugby.com.ar>, última visita 23/07/19.

Lions History, <https://www.lionsrugby.com/history>, última visita 25/01/2019.

Organización Mundial de Turismo OMT (Organismo especializado de las Naciones Unidas), <http://www2.unwto.org/es>, última visita 20/02/2019.

Six Nations Rugby /History, <https://www.sixnationsrugby.com/history/>, última visita 19/09/2018.

Unión Argentina de Rugby (UAR), <http://uar.com.ar/hechos-historicos>, última visita 25/01/2019.

Unión de Rugby de Buenos Aires (URBA), <http://urba.org.ar/urba/historia>, última visita 21/02/2019.

World Rugby, <https://www.world.rugby/documents>, última visita 21/02/2019.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevistas transcritas

Entrevista nº1: Néstor, Galán

-Por qué se organizan las giras?

-Cómo y por qué se elige el destino?

-Quien toma las decisiones? ¿Si se toman en grupo, quien delimita las "opciones"?

-Cómo se financia?

-Dentro de los grupos que viajan, ¿viajan mujeres?, ¿se realizan gira de rugby femenino?

Las Giras de equipos de Rugby tienen fundamentalmente tres objetivos que se repiten y pueden variar de acuerdo a las edades de sus integrantes. El primero es consolidar un grupo que implica juntar jugadores del Plantel Superior con jugadores que se incorporan desde juveniles. Acá el fin es que se conozcan y se arme un buen plantel para el año que comienza. En segundo lugar, podemos hablar hoy en día de prepararse para el Torneo que comienza y están dirigidos a entrenar diariamente y a jugar algunos partidos. Todas las giras tienen además el aditamento del turismo. De conocer otros Países, pero en particular los que están más relacionados con el Rugby como las Islas Británicas o Sudáfrica o también Oceanía visitando Nueva Zelanda y Australia.

Las Giras de las décadas del 80` y 90` se dirigían más a competir con equipos europeos de buen nivel teniendo en cuenta que eran equipos amateurs y no competían profesionalmente por lo que se jugaba mucho de acuerdo al nivel de los equipos, buscando destinos europeos o de Oceanía. Hoy en día el deporte se popularizó más, en dichos destinos creció mucho el rugby profesional y se hizo más difícil organizar partidos con equipos del mismo nivel, y sumado a esto, ante las dificultades económicas del país y los cambios que se van sucediendo, los destinos se van amoldando a las posibilidades de los integrantes de la gira, y de la anticipación con la que se organice. Antes era más sencillo organizar una gira a Europa, porque el rugby era un deporte más elitista, y con un poco de organización era sencillo llegar al objetivo, el único impedimento era juntar los integrantes, dado que el deporte no era muy numeroso. Actualmente, sucede todo lo contrario, el deporte se popularizó, y la cantidad de integrantes se multiplicó a gran escala, por lo que el capital humano es más fácil de conseguir, pero, por el contrario, los destinos hoy se tienen que amoldar al mismo, dado que los precios de las giras internacionales son más elevados, y es necesario una mayor planificación. Igualmente, lo que marca el destino, a mi criterio, es la decisión y el compromiso del grupo. Si el grupo está convencido, se puede plantear cualquier destino. Lógicamente los tiempos para concretarlo van a ser mayores o menores dependiendo del mismo, y de la situación económica del país.

Las Giras en los Clubes o bien están programadas por las Comisiones Directivas o por los Entrenadores, aunque en realidad la iniciativa siempre la toman los jugadores que son quienes las proponen y ello depende de que se junte un buen grupo que le guste mucho el Rugby y pueda también aprovechar culturalmente el viaje.

Siempre hay un Presidente de Gira y los roles de los jugadores están perfectamente definidos lo que ayuda a que la gira tenga un orden y una organización muy necesaria debido a que son habitualmente de más de dos equipos lo que implica tener una muy buena logística que permita entrenar, jugar, conocer y moverse en grupos grandes lo

que implica un gran desafío para los organizadores. Hay Agentes de viaje que se especializan por Deportes y otros por los lugares en donde tienen muy buenos contactos y enlaces que facilitan la gira, y que trabajan en conjunto con la comisión de gira para que todo salga según lo planeado.

También se apunta a presenciar algún partido según la época sea del 6 Naciones si la gira es a Europa, en febrero y/o marzo, o algún partido del Super Rugby si es una gira por Sudáfrica o por Oceanía, o bien a algún partido de las denominadas ventanas internacionales donde se cruzan los mejores equipos entre sí y juegan en junio y noviembre.

Todas las giras de Rugby se financian con eventos que organizan los propios participantes, para integrar al grupo, y que se empiece a generar esa unidad que se busca, a partir del trabajo en equipo y del esfuerzo de todos los integrantes, la base de la Gira es una rifa que permite recaudar una parte importante del total del costo del viaje y además le genera ingresos al Club que se beneficia también con un porcentaje de la venta que destina a materiales como pelotas, escudos u obras que aprovechan todos los socios del Club y no sólo los que viajan en la gira. Esta rifa, suele lanzarse junto con la Gira, y suele ser de carácter obligatorio para todos los integrantes, pudiendo venderse a terceros, o ser compradas por el mismo integrante, según la capacidad adquisitiva o necesidad de financiamiento de cada uno. Es una realidad que no todos los integrantes de una Gira tienen las mismas necesidades, por lo que se les trata de dar todas las herramientas para que, con esfuerzo, se pueda llegar a costear casi el valor total de la misma.

Por lo general dentro de las giras, salvo las de infantiles que se trata de que vaya toda la familia, la integran solamente hombres. En las giras de infantiles se trata de, como los jugadores son chicos, hacer que ambos padres tengan la opción de acompañar a los hijos, proporcionándoles un hotel al que asisten todos los que quieran, y opciones para viajar, junto con el grupo. Esto no se da en las giras de mayores, por lo general son todos hombres, jugadores, staff y acompañantes. Yo creo que esto es algo cultural, propio del deporte, ya que, al no tener un fin netamente competitivo, todo el grupo prácticamente convive en los alojamientos, y es más fácil la convivencia de esta manera. Las puertas siempre están abiertas a que acompañen madres de jugadores y/o parejas, pero esas barreras hoy no sé han podido romper. En cuanto a giras de rugby femenino, en Argentina, su desarrollo es muy incipiente, por lo que se realizan, pero a nivel local, es más difícil organizarlo, dado que el compromiso hoy es menor, porque todavía no se termina de generar ese sentido de pertenencia hacia los clubes. Hay países donde ya el desarrollo es mucho más avanzado, y hasta existe un Seis Naciones de mujeres, dónde juegan con el mismo formato que el rugby masculino de 15 jugadores. En Argentina solo se juega modalidad ten (de 10 jugadoras) o Seven (siete jugadoras).

Entrevista n°2: Gastón, Serra

- ¿Por qué surgen las giras de rugby?
- ¿Cómo y por qué se elige el destino?
- ¿Quién toma las decisiones? Si se toman en “grupo”, ¿quién delimita las opciones?
- ¿Cómo se financian las giras de rugby?
- ¿Cómo eligen al Tour Operador u Organizador de la misma? ¿Quién propone?

- ¿Existen giras armadas o se arman a medida de los clientes?

-Las responsabilidades del Tour Operador son: ¿Alojamiento? ¿Gastronomía? ¿Transporte? ¿Actividades relacionadas con el deporte (partidos, clínicas)? ¿Tiempo libre?

-Dentro de los grupos que viajan, ¿viajan mujeres?, ¿se realizan gira de rugby femenino?

Por lo general surgen por el rugby en si, por cómo se forman los chicos desde pequeños y de la filosofía que tienen los clubes, en general, de fomentar la camaradería a partir de viajes que se arman según las posibilidades de los grupos.

Los destinos dependen de la edad de los que viajan, de la capacidad económica del grupo y del objetivo que se persiga. Nuestra empresa se dedica a giras de una duración de 15 a 25 días, con grupo de jóvenes con una edad mayor a 18 años, porque se facilita la organización desde lo que es el papeleo hasta la logística del viaje, y principalmente a países europeos, Sudáfrica o Nueva Zelanda/Australia, que son los destinos más elegidos por los clubes dado que tienen una fuerte relación con el deporte. Ocasionalmente realizamos alguna gira con jugadores de la categoría menores de 17 (jugadores que llegan a la edad en el transcurso del año), pero que se realizan para viajar al año siguiente, donde la mayoría de los chicos ya cumplieron 18 años o están próximo a hacerlo. No quiere decir que sea mucho más sencillo en cuanto a la logística del viaje, porque suelen tener mayores requerimientos los jugadores más grandes, pero si en cuanto a los permisos de los padres y los acompañantes, al ser adultos se facilita la movilidad del contingente, y por lo general tienen mayor capacidad de financiación y no dependen tanto de los padres.

Por lo general tomar las decisiones es algo exclusivo de los grupos que viajan, que lo deciden entre los integrantes de la gira y los directivos del club, porque van en representación del mismo. Nosotros solo le acercamos las opciones disponibles dentro de sus necesidades. Existen algunas empresas que ofrecen viajes armados, pero dentro de las mismas, las opciones disponibles las deciden los que viajan. Desde el lado del operador solo actuamos como consejeros de los mismos, por la experiencia que poseemos, y para que todo fluya de mejor manera.

Desde el lado del operador tratamos de poner a disposición del grupo la mayor cantidad de opciones de pago en cuotas. Algunas veces se traslada las posibilidades que dan las compañías aéreas. Otras veces se ofrecen convenios de financiación con bancos, para lograr que financien sin interés. De otra manera las opciones que hay tienen un costo muy elevado por pago en cuotas. La ventaja de pagar una Gira es que por lo general se organiza con un año o más de anticipación. De esa manera uno lo puede ir pagando de a poco mes a mes.

El ambiente del rugby, a pesar de su crecimiento, suele estar muy interconectado, por lo que los organizadores de las giras suelen pertenecer al mismo. La mayoría de los Operadores tienen personas que están relacionadas con algún club, o que fueron parte del deporte, por lo que se suelen recomendar u organizar entre gente del ambiente. Nosotros somos nuevos en esto de las giras, pero comenzamos casi sin experiencia, porque al ser sponsor del Club San Luis, se nos acercaron para proponernos armar una gira por el año 2013, a Europa (que por suerte salió a la perfección), y a partir de allí abrimos un sector dedicadas a las mismas. No es el rol principal de la empresa, pero el sector está en un crecimiento constante.

En cuanto a quien propone, surge pura y exclusivamente de los clubes, principalmente de los jugadores, que se acercan con una idea, y entre ambas partes le damos forma a la misma.

Siempre se arman a medida del Cliente, por lo menos desde nuestra empresa. Todos los grupos son distintos en cuanto a exigencias de vuelos, calidad de hotel, exigencias de nivel deportivo para las competencias de carácter amistoso, etc. Entiendo que hay empresas que solo hacen la parte de la venta y comercialización de la Gira y dejan la parte operativa y contratación de servicios en destino en manos de otros, pero nosotros tratamos de acercarle las mejores opciones al cliente dentro de los pedidos que nos hagan.

El Tour Operador que se encarga de las giras de rugby por lo general se hace cargo de todo excepto de los Tiempos libres, que igualmente se organizan en conjunto con los clientes para que dispongan de momentos para realizar actividades sin itinerario. Todo lo demás que suceda desde que se llega al aeropuerto de salida, hasta que el grupo está de regreso en el mismo aeropuerto la responsabilidad de todos los servicios es 100% del operador turístico y/o el prestador del servicio. Por lo general los grupos que realizan las giras están interesados en tratar de realizar la mayor parte de las actividades (relacionadas con el deporte y no relacionadas) en conjunto, ya sea desde el alojamiento, las comidas, hasta asistir a algún partido de rugby o alguna clínica, incluso algún tour que permita que lo realice todo el contingente al mismo tiempo. Las demás actividades de ocio corren por su cuenta, dentro de los tiempos libres, que igualmente las realizan en grupos, pero más reducidos.

Las principales tareas son:

>Alojamiento: es, después de los vuelos, uno de los pilares de la gira, dado que a partir del número de personas que viajan y del presupuesto que maneja el grupo, tratamos de ofrecerle opciones de calidad según el destino, ya sea en cuanto a categoría, ubicación y conectividad para que los grupos puedan moverse con libertad en los tiempos libres. Se busca siempre ofrecer alojamientos con desayuno incluido dado que facilita la logística del grupo al tener que comenzar el día.

>Transporte: en este punto lo principal son los vuelos de ida y vuelta que, luego de fijar la fecha de salida y de regreso, se busca disponibilidad y trata de congelar el precio para poder brindarle la mejor financiación posible al grupo desde nuestra agencia, con pagos en efectivo o con tarjetas de distintos bancos. Luego, los transportes internos desde y hacia los aeropuertos; dentro de las ciudades para asistir a eventos y/o clínicas deportivas; y entre ciudades, son más complejos en cuanto a la logística, dado que a veces hay que dividir a los grupos, pero en cuanto a los precios son más accesibles que el vuelo principal.

>Restauración: dentro de esto se incluye fijo el desayuno y las cenas del grupo. Las demás comidas suelen estar sujetas a las actividades del mismo, si son en grupo se incluyen comidas grupales, pero si son tiempos libres se suele ofrecer viandas para que los integrantes puedan dispersarse un poco, pero tengan el refrigerio incluido. La única comida que corre exclusivamente por cuenta de los que viajan, son las meriendas (y alguna cena, dependiendo del itinerario), en las que se les brinda mayor libertad a los mismos. Los precios siempre tratan de ser económicos para que no sean un factor que afecte el monto de la gira.

>Ocio: se trata de darle tiempos libres a los grupos para que puedan realizar actividades en grupos más pequeños, dado que a veces es muy difícil que todo el contingente acuda a ciertos lugares de interés turístico y en otros casos ellos mismos desean que se rompa un poco el bloque, y poder tener un poco más de libertad.

Igualmente, en la medida que se pueda, se ofrecen excursiones o actividades para todo el grupo.

>Seguros: desde que se sale del club (por lo general las giras parten hacia el aeropuerto del club al que pertenecen, es una formalidad de los mismos, todos juntos) hasta que se regresa al mismo, el Operador saca un seguro para cada integrante del contingente, se encarga de contratar empresas que tengan un respaldo en caso de algún inconveniente, e igualmente se le recomienda a cada integrante de la misma, en caso de que le sea posible, tener un seguro médico propio.

En cuanto a la participación de mujeres en los viajes, usualmente no viajan con el grupo. Rara vez ha ido alguna acompañante que cumple el papel de médica o de kinesióloga, pero por lo general esto no se da. Si existe una participación activa de las madres de los jugadores en la organización, más que nada cuando son giras de juveniles, y en muchos casos es mayor el compromiso que el de los padres.

Calculo que se deben organizar giras de rugby femenino, debe haber agencias que organicen, siempre y cuando exista el mercado. A nosotros no nos ha tocado organizar una, cómo agencia apuntamos más al rugby masculino y al hockey femenino por el desarrollo de ambos deportes en la ciudad y las conexiones que tenemos con los mismos, pero si llega una propuesta estamos dispuestos a llevarla a cabo. Es una cuestión de mercado, uno apuesta a lo que cree que puede llegar a darle resultados positivos.

Entrevista nº3: Gonzalo, Ochoa

-Por qué se organizan las giras?

-Cómo y por qué se elige el destino?

-Quien toma las decisiones? ¿Si se toman en grupo, quien delimita las "opciones"?

-Cómo se financia?

Las giras de rugby se organizan con dos objetivos principales: uno deportivo y otro social. El objetivo deportivo es poder hacer una buena preparación de cara a la temporada que va a arrancar; en cuanto a lo social es una manera de integrar todo el grupo de jugadores que van a jugar durante el año y en temporadas posteriores. Afianzar vínculos, integrar los más chicos con los más grandes del plantel.

Los destinos que se eligen son generalmente donde el rugby tiene historia. Se busca conocer lugares donde se vive el rugby, poder hacer clínicas con gente que sabe del deporte en otros países y medirse con equipos con los que no juegas habitualmente y juegan de manera diferente.

La gira se empieza a organizar a través de un grupo de jugadores o dirigentes que sienten la necesidad de hacerla. Esa mesa chica es la que organiza y convoca, y la encargada de elegir un destino con el consenso de los que van a viajar.

En cuanto al financiamiento, cada jugador se financia su viaje. Hay opciones para ayudar a pagar la gira como la venta de rifas o la organización de eventos, que ayudan a que el costo para el jugador sea menor. Pero esto depende pura y exclusivamente del jugador, dado que es parte de la cultura del deporte, de que llegar a la misma, requiera un esfuerzo para que valga la pena. Existen integrantes de la Gira que no

tienen necesidad de financiarla, pero por eso se plantean actividades grupales, para que todos tengan esa cuota de compromiso, y se genere una conciencia de grupo.

Entrevista n°4: Hernando, Mariano

-Por qué se organizan las giras?

-Cómo y por qué se elige el destino?

-Quien toma las decisiones? ¿Si se toman en grupo, quien delimita las "opciones"?

-Cómo se financia?

Yo creo que las giras se organizan porque consolidan el grupo, el grupo humano, y generalmente cierran un proceso, por eso se hacen en febrero para cerrar una pretemporada que se presupone dura y larga, o al final del año para cerrar una temporada de competencia que también se presupone dura y larga.

Creo que el destino tiene que ver con situaciones o circunstancias particulares, el nivel del equipo, los objetivos que se quieran cumplir. Yo creo que lo principal es ver el nivel en el que está el equipo. Si la gira se realiza en febrero se busca un destino con partidos para ir arrancando de menor a mayor, para tomar ritmo, con rivales a la altura, y si se hace a fin de año creo que tiene que ver ya con ver el nivel con el cual se está cerrando el año y para ponerse una vara para el año siguiente.

En ciertos momentos, el destino tiene que ver con el club que te recibe, más allá de lo complementario, tiene que ser un club amigo y tiene que ser un punto en el cual uno la pase bien y le pueda meter algo lúdico y turístico en el medio.

Si las decisiones se refieren a donde ir, generalmente las tomarían, en un club organizado, una comisión directiva, y quien toma las decisiones durante la gira tiene que ver con los representantes, la comisión directiva que vaya, y después las jerarquías que existen en el rugby, es decir, entrenadores, capitán, conductores y referentes, el resto tropa.

Con respecto a las opciones me parece que en la pregunta anterior esta contestada, hay jerarquías en el rugby.

Se autofinancia, con actividades en común, generalmente. En clubes más organizados y de mayor tamaño, la financiación surge directamente de la comisión directiva que brinda opciones y organiza rifas a nivel club, para darle un mayor respaldo al jugador, y en algunos casos brinda apoyo a la misma desde los sponsors que mantienen al equipo jugando donde está.

Entrevista n°5: Flores, Patricio

-Por qué se organizan las giras?

-Cómo y por qué se elige el destino?

-Quien toma las decisiones? ¿Si se toman en grupo, quien delimita las "opciones"?

-Cómo se financia?

Las giras se organizan con el objetivo de, primero conocer gente en el rugby, conocer otros clubes y saber dónde están parados depende las regiones, vos tratás de medirte siempre con alguien que esté un poco más arriba, más a la altura. Ese es el objetivo primordial de una gira, la parte deportiva y la parte turística de conocer gente o ver un evento deportivo y aprovechar para ir y medirte.

El destino se elige en función del evento, y siempre tratando de buscar lugares donde haya algún tipo de relación con el club, algunas veces no se puede lograr, pero visitar lugares donde se haya creado algún vínculo, ya sea por un ex jugador del club, porque algún integrante pertenecía al club que se va a visitar o porque se tenga gente conocida, le dan un valor humano a la gira que no se puede medir deportivamente. Combinar el deporte, el viaje y lo humano es algo que hace de una gira algo perfecto.

Generalmente las decisiones las toma la capitanía del club, en consenso después con el plantel, si es superior, y si no, si es un staff de juveniles deciden los entrenadores, ya sea por el evento al que vas a ir a ver u otra vez se vuelve a tomar en cuenta la cercanía que tengas con el club que te va a recibir.

El financiamiento de una gira es con recursos propios, organizando eventos y rifas, y trabajos grupales como venta de comida, alguna remera, etc. La mayoría de las veces se plantea lo vale la gira por persona, y en función de eso se busca un Operador o se presupuestan directamente los servicios (según la capacidad del grupo de poder costear un intermediario), y se van realizando actividades previas a las fechas de pagos, para que se reduzcan los costos a la hora de poner el dinero. Se trata de organizar y viajar según las posibilidades del grupo.

Anexo 2: Encuesta

A continuación, se detalla el cuestionario realizado a los participantes de la investigación.

El turista de rugby y las giras

Encuesta realizada con la finalidad de recaudar información sobre las personas que consumen este tipo de turismo específico, enfocado especialmente en el turismo de mega-eventos, tomando como casos de estudio el Mundial de Rugby y las Giras de Rugby, y sobre el entorno al que estas pertenecen.

- Preguntas:

1. Edad:

- A. 15-25
- B. 26-35
- C. 36-45
- D. 46-55
- E. 56 o más

2. Sexo:

- A. Hombre
- B. Mujer

3. Nacionalidad:

- A. Argentina
- B. Otras:

4. Lugar de residencia:

- A. Buenos Aires
- B. Catamarca
- C. Chaco
- D. Chubut
- E. Córdoba
- F. Corrientes
- G. Entre Ríos
- H. Formosa
- I. Jujuy
- J. La Pampa
- K. La Rioja
- L. Mendoza
- M. Misiones
- N. Neuquén
- O. Río Negro
- P. Salta
- Q. San Juan
- R. San Luis
- S. Santa Cruz
- T. Santa Fe
- U. Santiago del Estero
- V. Tierra del Fuego
- W. Tucumán

5. Estado Civil:

- A. Soltero/a
- B. Casado/a
- C. Divorciado/a
- D. Viudo/a

6. Ocupación (marque la principal):

- A. Estudia
- B. Trabaja
- C. Jubilado/a

7. Juega o jugó al Rugby:

- A. Sí
- B. No

Si jugó o juega (respuesta A, pregunta 7):

8. En qué club?

- A. (escriba el nombre de este)

9. Cómo se acercó al deporte?

- A. Por un familiar
- B. Por un amigo
- C. Por el Colegio
- D. Por el deporte

10. Hace cuánto se acercó?

- A. Menos de 5 años
- B. Entre 5 y 10 años
- C. Entre 11 y 20 años
- D. Entre 21 y 30 años
- E. Más de 30 años

11. Actualmente está jugando?

- A. Si
- B. No

Si actualmente no juega (respuesta B pregunta 11):

12. Cuánto tiempo jugó?

- A. Menos de 1 año
- B. 1-5 años
- C. 6-10 años
- D. Más de 10 años

Si no jugó al Rugby (respuesta B pregunta 7):

13. Cómo se relaciona con el Rugby? (Marque la actividad principal)

- A. Entrenador
- B. Directivo
- C. Periodista
- D. Manager
- E. Familiar de un jugador
- F. Socio del club
- G. Otro:

14. Sigue a algún club de Rugby?

- A. Si
- B. No

Teniendo en cuenta que es parte de un club de Rugby (respuesta A pregunta 7; respuesta A pregunta 14):

15. Asiste a partidos de su club?

- A. Si
- B. No

16. Asiste a ver partidos de los Seleccionados Nacionales de Rugby?

- A. Si
- B. No

17. Asistió a algún Mundial de Rugby?

- A. Si
- B. No

Si NO asistió a un Mundial de Rugby (respuesta B pregunta 17):

18. Por qué razón no lo hizo?

- A. Falta de tiempo
- B. Desinterés
- C. Factores económicos
- D. Falta de organización
- E. Otra:

Si tuviese la posibilidad de presenciar un Mundial de rugby (respuesta B pregunta 17):

19. Asistiría?

- A. Si
- B. No

Si asistiría (respuesta A pregunta 19):

20. En qué contexto?

- A. Dentro de una gira
- B. Viaje familiar
- C. Viaje con amigos

- D. Viaje personal
- E. En cualquier contexto

21. El mundial sería su actividad principal o complementaria al viaje?

- A. Principal
- B. Complementaria

Si asistió a un Mundial de Rugby (respuesta A pregunta 17):

22. En qué contexto asistió?

- A. Con su club
- B. Con amigos
- C. Con familia
- D. Por trabajo
- E. Solo
- F. Como jugador

23. Cuánto tiempo duró el viaje?

- A. Menos de 7 días
- B. De 7 a 15 días
- C. De 16 a 21 días
- D. De 22 a 30 días
- E. Más de 30 días

24. Qué etapas del evento abarcó? (Marque las que corresponda)

- A. Fase de grupos
- B. Cuartos de final
- C. Semifinal
- D. Final

25. Cuándo inició el viaje?

- A. Previo al inicio del Mundial (al menos una semana antes)
- B. Al inicio del Mundial
- C. Durante el desarrollo del Mundial

26. Cuándo finalizó el viaje?

- A. Durante el Mundial
- B. Al finalizar el Mundial
- C. Luego de finalizado el Mundial (al menos una semana después)

27. El viaje lo realizó con el fin de:

- A. Hacer turismo y asistir al evento como complemento
- B. Ir al evento a causa de su interés en el deporte y luego hacer turismo
- C. Acudir al evento porque suele ir a grandes eventos deportivos en general
- D. Por trabajo y realizó turismo como complemento

28. Realizó actividades relacionadas con el deporte fuera del evento?

- A. Si
- B. No

29. Realizó actividades relacionadas con el turismo entre los días de partido?

- A. Si
- B. No

30. Volvería a asistir a un Mundial de Rugby?

- A. Si
- B. No

Responden todos (respuestas A y B, pregunta 17):

31. Asistió a algún viaje dónde se presencie una competencia internacional de rugby?

- A. Si
- B. No

Si fue a otra competencia internacional de Rugby (respuesta A pregunta 31):

32. En qué contexto?

- A. Gira con su club
- B. Con amigos
- C. Con familia
- D. Solo
- E. Como jugador
- F. Por trabajo

33. La razón principal del viaje fue:

- A. La competencia
- B. El deporte
- C. El turismo

Si NO fue a otra competencia internacional de rugby (respuesta B pregunta 31):

34. Realizaría un viaje para presenciar una de estas?

- A. Si
- B. No

35. En qué contexto?

- A. Gira con su club
- B. Con amigos
- C. Con familia
- D. Solo
- E. Por trabajo

Responden todos (respuesta A y B, pregunta 31):

36. Asistiría a una Gira de Rugby donde se presencie alguna competencia internacional de Rugby si tuviese la oportunidad?

- A. Si
- B. No