

QUINTO CONGRESO DE CIENCIAS APLICADAS AL TURISMO.
Buenos Aires 9 y 10 de septiembre

- Paper title: **Ubiquitous Network in Tourism / Redes Ubicuas en Turismo**
- Author: **Pablo Vanevic**
- E-Mail de contacto: pablo.vanevic@gmail.com

ABSTRACT

This paper seeks to bring a critical space for discussion, the term ubiquitous network, its emphasis on the territory, manifested power, current and potential perception and its application to tourism.

To begin this discussion should consider the following statement: "The most important technologies are those that become invisible. So are embedded in our everyday lives that we no longer distinguish" (Weiser, 1991). We do not stop to think that writing is a technology, for example, because it is an integral part of our being. Just as roads and transit routes or use items as simple as drinking vessels.

The term ubiquitous may at first sound too formal, but what it proposes is a transversal set of our development as humans. Communications and computing in everyday life come to a level not only global, but by establishing small networks, designed according to specific and brief purposes (Bosch, 2010) In an even broader sense, but it shortens their perception for understanding, we consider ubiquity as a necessary element for a democracy of information and vice versa. Whether the case of movement and communication, the actors involved are faced with the same thing: a network (Raffestin, 1993)

We are experiencing a change in tourism, a change that is inherent in its reason for being, a life-transforming and perpetuated, by the multiple actors and institutions involved in it. Just as talk of a New Era in Tourism (Fayos-Sola, 1994), Knowledge Platform (Jafari, 1992) we should start talking about ubiquitous networks in tourism. That is, are already embedded in everyday experiences, but we should ask about their role in tourism.

There is talk of a field general, to include in the tourism and related academia, education / tourism. Sure, we could understand and reach out to the fields of governments and institutions in tourism, trade unions, NGOs, financial institutions and, obviously, local communities and their roles within (but also outside and through) tourism.

That said, want to define a concept of tourism is not enough, we must raise to the rank of category and thus begin-again-study. And do it from a perspective of other ubiquitous sounds convincing. Since the conception of the study tour is considered holistically, addressing from as many perspectives and sciences. In fact, the development as a discipline was not undertaken by tourism researches, it was-and is still giving-up of professionals from other areas. But when you take the opposite direction equation is often not fair. The order of factors does alter the product. Tourism is implicit in most humans, at the time of vacation or time off is visible, but there is dormant the rest of the other time. As mentioned at the outset that there are technologies that become imperceptible, we might ask whether, in fact, is the tourism is a technology?

The long answer would probably be yes, while tourism is nourished by a myriad of technologies that have not yet overcome two basic issues of ubiquity: location and

scale. The first, is being addressed by global positioning systems, where not only shows us where we are, but what we can do once there.

In terms of scale, is a category that tourism brings in check constantly. Caparros (2009) speaks of the "hiperviaje" to express the "hyperlinking" between odd destinations, for example. Again, the concept of networks is present, ever-changing and perpetual conflict, who seek and to appropriate them, will find power.

RESUMEN

El presente trabajo busca traer a un espacio crítico de debate, el término de redes ubicuas; su énfasis en el territorio, el poder manifiesto, su percepción actual y potencial y su aplicación al ámbito turístico, ya desde la óptica misma de la actividad como desde la academia.

Para comenzar esta discusión deberíamos considerar el siguiente enunciado: "Las tecnologías más relevantes son aquellas que se tornan imperceptibles. Están insertas de tal manera en nuestra cotidianeidad que ya no las distinguimos" (Weiser, 1991) Es decir, no nos detenemos a pensar que la escritura es una tecnología, por ejemplo, porque ya es una parte integrante de nuestro ser. Lo mismo que transitar por caminos y rutas o utilizar elementos tan simples como recipientes para beber.

El término ubicuo (ubiquitous) puede en un principio sonar demasiado formal, pero lo que propone es una transversalidad a los conjuntos propios de nuestro desarrollo como especie humana. Las comunicaciones y la computación entran en la vida cotidiana a un nivel no solamente global, sino estableciendo redes pequeñas, dimensionadas según fines específicos y breves (Bosch, 2010) En un sentido aun más amplio –pero que acorta su percepción para el entendimiento- consideramos la ubicuidad como elemento necesario para una democracia de la información y viceversa. Ya sea que se trate de circulación o de comunicación, los actores que intervienen están enfrentados con la misma cosa: una red (Raffestin, 1993)

Estamos viviendo un cambio en la actividad turística, un cambio que es inherente a su razón de ser; una transformación perpetua –y perpetuada- por los múltiples actores e instituciones que en él participan. Así como se habla de una Nueva Era en Turismo (Fayos-Solá, 1994), de una Plataforma del Conocimiento (Jafari, 1992) deberíamos comenzar a hablar de las redes ubicuas en turismo. Es decir, ya están insertas en algunas experiencias cotidianas, pero tendríamos que preguntarnos sobre su rol en el ámbito turístico.

Se habla de un ámbito en general, para poder incluir en el la actividad turística y la relacionada con la academia, la educación en/ de turismo. Claro que podríamos entender y extendernos a los campos de los gobiernos y las instituciones en el turismo; los sindicatos; las ONG's; entidades financieras y, obviamente, las comunidades locales y sus roles dentro (aunque también fuera y a través) del turismo.

Dicho esto, querer definir un concepto de turismo ya no es suficiente; debemos elevarlo al rango de categoría y así comenzar –una vez más- su estudio. Y hacerlo desde una óptica ubicua suena por demás convincente. Ya que la concepción misma del estudio turístico se considera holística, abordándose desde la mayor cantidad de miradas y ciencias.

En rigor, el desarrollo como disciplina no fue emprendido por turismólogos, sino que se dio –y aun sigue dándose- por profesionales de otras áreas. Pero al momento de emprender ese camino inverso la ecuación no suele ser equitativa. El orden de los factores sí altera el producto.

El turismo está implícito en la mayor parte de los seres humanos, en la época de vacaciones o de tiempo libre se hace visible, pero allí está latente el resto del *otro* tiempo. Así como al comienzo se mencionaba que existen tecnologías que se tornan imperceptibles, podríamos preguntarnos si, efectivamente, ¿el turismo es una tecnología?

La respuesta larga sería posiblemente sí, mientras tanto el turismo se nutre de una infinidad de tecnologías, que aun no han superado dos cuestiones básicas de la ubicuidad: localización y escala. Sobre la primera, está siendo abordada por los sistemas de posicionamiento global, cuando no solo se nos muestra dónde estamos, sino qué podemos realizar una vez allí.

En cuanto a la escala, es una categoría que el turismo pone en jaque continuamente. Caparrós (2009) habla del hiperviaje para expresar la “hipervinculación” –el link- entre los destinos más impares, por ejemplo. Nuevamente, el concepto de redes se hace presente, en continua transformación y perpetuo conflicto, quienes busquen y puedan apropiarse de ellas, se harán del poder.

BIBLIOGRAPHY

BOSCH, Mela (2010) *Del más allá al más acá*. Artículo publicado en Pagina/12 – miércoles 30 de junio.

CAPARROS, Martín (2009) *Una luna*. Editorial Anagrama. Buenos Aires.

FAYOS-SOLA, Eduardo (1994) *Competitividad y calidad en la nueva era del turismo*. OMT. Estudios Turísticos N^o 123. Madrid.

JAFARI, Jafar (1992) *La cientifización del turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo Año 3 – Vol. 1. CIET, Buenos Aires.

RAFFESTIN, Claude (1993) *Por uma geografia do poder*. San Pablo, Ática. Capítulo IV: As redes e o poder.

WEISER, Mark (1991) *The computer for the 21st Century*. Disponible en [link](#)