

LOS IMPACTOS SOCIOCULTURALES DEL TURISMO, SEGÚN LOS RESIDENTES DE PUNTA DEL ESTE (URUGUAY)

María Dolores SÁNCHEZ FERNÁNDEZ

Facultad de Economía e Empresa, Universidade da Coruña (España)

maria.sanchezf@udc.es

Daniel ÁLVAREZ BASSI

Centro de Investigación en Marketing y Turismo, Universidad Católica del Uruguay (Uruguay)

dalvarez@ucu.edu.uy

José RAMÓN CARDONA

Universitat de les Illes Balears (España)

joramcardona@gmail.com

Resumen

El turismo depende de las actitudes de los residentes, siendo fundamental el apoyo al desarrollo del sector. Los impactos del turismo son de tres tipos: económicos, socioculturales y medioambientales. Este trabajo se centra en conocer la percepción que poseen los residentes en relación a diversos impactos sociales y culturales. La cultura se define como las costumbres y formas de pensar que caracterizan un grupo de personas o comunidad. En este caso la región estudiada es Punta del Este (Uruguay), mediante un estudio descriptivo de los datos obtenidos en el trabajo de campo realizado en 2013 y 2014. Los resultados muestran que los residentes valoran positivamente los impactos culturales generados por el turismo. Los residentes están muy orgullosos de que tantos turistas quieran visitar y conocer Punta del Este. La conservación del patrimonio histórico y cultural no es una preocupación significativa. El hecho de que la mayoría de los turistas sean de Argentina explicaría los resultados. Los habitantes de Uruguay y Argentina tienen grandes similitudes y el impacto cultural es mínimo.

Palabras clave: Percepción, Cultura, Residentes, Turismo, Punta del Este.

Abstract

Tourism depends on the residents' attitudes, being fundamental support for the development of the sector. The impacts of tourism are of three types: economic, socio-cultural and environmental. This paper focuses on understanding the perception that residents have in relation to different social and cultural impacts. Culture is defined as the customs and ways of thinking that characterize a group of people or community. In this case the region studied is Punta del Este (Uruguay), through a descriptive study of the data obtained in the field work carried out in 2013 and 2014. The results show that residents positively value cultural impacts generated by tourism. Residents are very proud that so many tourists want to visit and learn about Punta del Este. The conservation of historical and cultural heritage is not a significant concern. The fact that most of tourists are from Argentina could explain the results. The inhabitants of Uruguay and Argentina have great similarities, and cultural impact is minimal.

Keywords: Perception, Culture, Residents, Tourism, Punta del Este.

1. Introducción

Se encuentra ampliamente reconocido que los gestores deben tener en cuenta los puntos de vista de los residentes, si se desea la sostenibilidad del turismo (Allen, Long, Perdue & Kieselbach, 1988; AP & Crompton, 1998). Por ello, a lo largo de las últimas décadas se han realizado estudios analizando las actitudes hacia el turismo (Almeida, Peláez, Balbuena & Cortés, 2016; Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005; Besculides, Lee & McCormick, 2002; Del Chiappa & Abbate, 2016; Gursoy & Rutherford, 2004; Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Hunt & Stronza, 2014; Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Mason & Cheyne, 2000; Özel & Kozak, 2017; Ribeiro, Valle & Silva, 2013; Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002; Vargas, Porras & Plaza, 2011; Woosnam & Erul, 2017). En este trabajo se realiza un análisis de las actitudes de los residentes de Punta del Este (Uruguay) hacia diversos aspectos vinculados con la cultura local y la sociedad.

Es difícil definir qué se entiende por cultura. Para algunos es una programación colectiva de la mente que diferencia los miembros de un grupo de los de otro grupo (Hofstede, 1989) y que influye en las actitudes y comportamientos de las personas. Otros autores la definen como un conocimiento colectivo desarrollado por un grupo de personas expuestas a similar contexto (Geertz, 1973; Schatzki & Natter, 1996). Kroeber y Kluckhohn (1952) la definen como el conocimiento colectivo preocupado por la manera en que una sociedad o comunidad organiza el conocimiento y el comportamiento social. La cultura puede considerarse un conjunto de creencias, valores, costumbres y elementos materiales aprendidos que condicionan el comportamiento de los miembros de una sociedad (Bigné, Font & Andreu, 2000). Lanquar (2001) define la cultura como las bases aceptadas de una sociedad para responder a los acontecimientos. Para la finalidad de este trabajo, la cultura puede definirse como las costumbres, y formas de pensar vinculadas a ellas, que caracterizan un grupo de personas o comunidad.

Durante décadas se consideró que el turismo era un factor que propiciaba la destrucción de sociedades y culturas tradicionales. Sin embargo, hoy se reconoce que el turismo está siendo un factor esencial en el mantenimiento de culturas y sociedades tradicionales, al ofrecer una salida a su producción cultural y artesanal, que el mundo tecnificado no les permitía. Se han revitalizado bailes, tradiciones, objetos artesanales y otras numerosas manifestaciones culturales, a pesar de que su significado social y el propio uso de los productos sean diferentes de lo que fueron en el pasado (Lanquar, 2001).

El objetivo de este trabajo es analizar la percepción que poseen los residentes de diversos impactos del turismo sobre la cultura local. En este caso, la región estudiada es Punta del Este y es un estudio descriptivo basado en análisis univariantes y bivariantes de una muestra obtenida entre 2013 y 2014. Punta del Este es el principal destino turístico de sol y playa de Uruguay y uno de los balnearios más importantes de Sudamérica. Punta del Este se encuentra situada en el sudeste del país y forma una conurbación de más de 100.000 habitantes con la vecina ciudad de Maldonado. Argentina es el principal país emisor de turistas hacia Punta del Este, seguida por Brasil, Paraguay y el propio Uruguay.

2. Revisión de la Literatura

Tradicionalmente los recursos culturales se han usado como una forma de aumentar la estabilidad económica de una región gracias al turismo cultural (Johnson, 1986), que tiene como finalidad el conocimiento de culturas distintas a la propia (Vander Stoep, 1998). Este tipo de turismo está en auge porque se considera un elemento de respeto por las diferencias culturales. Además, el interés por experimentar otras culturas se relaciona con personas con niveles culturales superiores, abiertos a los cambios y a las diferencias culturales. La cultura es un recurso que permite atraer turismo pero, por otra parte, el turismo causa cambios en la cultura local. Estos cambios son vistos como positivos o negativos dependiendo de la visión personal que posea cada individuo de la cultura y la sociedad local. Muchos residentes poseen una visión romántica de su comunidad y entorno (Newby, 1979), y si perciben su identidad amenazada por el turismo pueden desarrollar actitudes ambiguas u hostiles hacia el sector (Capenerhurst, 1994), a causa de una visión estática de su cultura.

La autenticidad es un elemento muy importante en el turismo (Reisinger & Steiner, 2006; Steiner & Reisinger, 2006), principalmente en el turismo cultural. Los primeros debates sobre la autenticidad en el turismo se remontan a los años sesenta, tras surgir las primeras destinaciones de turismo de masas (Sedmak & Milhalic, 2008). Cuando los turistas visitan una determinada área para experimentar una cultura, los residentes la muestran de forma activa como método para atraer visitantes. Esto lleva en muchos casos a formatos de las tradiciones culturales no auténticos, como son festivales o muestras de danza enfocadas totalmente al visitante (Besculides, Lee & McCormick, 2002). Es difícil definir un criterio para decir que es auténtico y que no (Sedmak & Milhalic, 2008). Selwyn (1996) habla de dos tipos de autenticidad: "hot" y "cool". La segunda es usualmente relacionada con la presentación del patrimonio cultural y natural como una atracción turística (Kerstetter, Confer & Graefe, 2001). Es decir, tendríamos los elementos de toda la vida y fuertemente vinculados a la sociedad local (autenticidad "hot") y la adaptación de estos elementos como atractivo turístico (autenticidad "cool"). Se han descrito ejemplos de autenticidad "cool", o escenificaciones de las tradiciones, en Bali (Francillon, 1975), Hawái (Heenan, 1978), los Amish de Pensilvania (Buck & Alleman, 1979), los Tao de Nuevo México (Rodríguez, 1994), entre otros.

La distancia cultural o psicológica entre residentes y turistas puede tener un efecto significativo en la percepción y actitudes de los residentes hacia el turismo (Williams & Lawson, 2001), ya que no es lo mismo un destino frecuentado por turistas de la misma región o país, por turistas procedentes de países culturalmente similares a la región de destino o por turistas con enormes diferencias culturales. Cuando la distancia cultural es muy grande, se produce la desaparición y sustitución de la cultura local por un conjunto de valores importados por los turistas y mal interpretados por los residentes, generando la aculturación y asimilación de la población local (Besculides, Lee & McCormick, 2002). Uno de los indicadores de este efecto es la pérdida de la lengua nativa (Coppock, 1977) y los restos de la cultura local previa son escenificados para los visitantes.

Entre los beneficios socioculturales del turismo cabe mencionar la preservación de los lugares culturales, históricos y religiosos (Besculides, Lee & McCormick, 2002), el aprendizaje de los visitantes (Sardá & Fluvà, 1999), el aumento de la conciencia, aprecio, lazos familiares y orgullo de pertenecer a la comunidad (Liu & Var, 1986), la reafirmación de la identidad étnica (a veces con una escenificación forzada), mayor comprensión y tolerancia de los otros (Liu & Var, 1986; Milman & Pizam, 1988), una fuerte identidad cultural (Driver, Brown & Peterson, 1991), compartir ideas, interacciones sociales, intercambio cultural (Belisle & Hoy, 1980; Liu & Var, 1986), la revitalización de las tradiciones locales (Liu & Var, 1986), un aumento de la calidad de vida (Milman & Pizam, 1988) y una mejora de la imagen de la comunidad (Clements, Schultz & Lime, 1993; Liu & Var, 1986; Milman & Pizam, 1988). Estos beneficios afectan a turistas y residentes (Besculides, Lee & McCormick, 2002) ya que se trata de un intercambio cultural que permite aumentar el entendimiento entre ambos (Gómez, San Martín & Bertiche, 1999; Mathieson & Wall, 1984). El intercambio cultural generado por el turismo suele ser valorado más positivamente por los residentes con un nivel educativo más elevado (Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002). Los residentes obtienen sus beneficios a través de dos vías (Besculides, Lee & McCormick, 2002): el turismo expone los residentes a otras culturas; la acción de mostrar la cultura local a los extranjeros refuerza la identidad comunitaria (Esman, 1984).

Los residentes ven al turismo como una forma de compartir y preservar su cultura (Besculides, Lee & McCormick, 2002), pero también pueden aparecer efectos negativos sobre el carácter y las tradiciones de las comunidades locales (Johnson, Snepenger & Akis, 1994), principalmente en las de menor tamaño. Estos efectos negativos son: asimilación cultural, conflictos culturales, xenofobia y la reconstrucción artificial de la cultura local. Mostrar la cultura local a los turistas puede ayudar a preservarla, pero también puede diluirla, transformarla o destruirla (Besculides, Lee & McCormick, 2002). Estos cambios son visibles en diversos estudios realizados, como es el caso de los Amish de Pensilvania (Boyton, 1986; Buck & Alleman, 1979) o los nativos del suroeste de los Estados Unidos (Deitch, 1977), en donde se destina al turismo productos muy distintos de los realmente tradicionales.

El turismo tiene la capacidad de causar un cambio cultural que queda disimulado por la aparición de una "pseudocultura". El beneficio económico induce a los habitantes a potenciar las tradiciones que conservan y a recuperar tradiciones abandonadas, cuando su motivo de ser desapareció. El resultado es un resurgimiento de las "tradiciones" con mayor fuerza de la que tenían antes de iniciarse la actividad turística, pero en muchos casos es una recreación no ajustada a la realidad de las antiguas tradiciones locales (Maurer, 1997; Medina, 2003) y que podemos denominar "pseudocultura" y que tiene relación con el concepto de touree y las sociedades convertidas en atracción turística.

3. Metodología

Los datos utilizados corresponden a una encuesta realizada entre junio de 2013 y diciembre de 2014 mediante un procedimiento de muestreo por conveniencia controlando parámetros demográficos. El

trabajo de campo se realizó en la conurbación Maldonado-Punta del Este. El cuestionario usado era una adaptación de Gursoy y Rutherford (2004) y Gursoy, Jurowski y Uysal (2002). Este cuestionario contenía ítems con escalas Likert como opción de respuesta (Maddox, 1985), y un conjunto de preguntas sociodemográficas. Se obtuvieron 360 cuestionarios válidos con el perfil demográfico indicado en la Tabla I, lo que supone un error de muestreo del 5,25% en un intervalo de confianza del 95,5% si se toma como hipótesis que $p=q=0,5$.

Tabla I - Perfil demográfico de la muestra.

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sexo:		
Hombre.	171	47,5%
Mujer.	189	52,5%
Edad:		
Menos de 25.	73	20,3%
25-34.	79	21,9%
35-44.	63	17,5%
45-54.	62	17,2%
55 o más.	83	23,1%
Estudios:		
Estudios Primarios.	18	5,0%
Estudios Secundarios.	159	44,5%
Estudios Universitarios.	180	50,4%
Renta mensual familiar:		
Menos de \$ 30.000	70	20,3%
De \$ 30001 a 50.000	113	32,8%
De \$ 50.000 a 100.000	104	30,1%
Más de \$ 100.000	58	16,8%

Fuente: elaboración propia.

El análisis usado es de tipo descriptivo, dispone de bastantes precedentes en la literatura (Besculides, Lee & McCormick, 2002; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Liu & Var, 1986; Mason & Cheyne, 2000; Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002) y ha sido realizado mediante el uso del programa estadístico DYANE 4.0 (Santesmases, 2009).

4. Resultados

Dentro del cuestionario había 10 ítems sobre aspectos socioculturales sobre los que se pedía el grado de acuerdo en una escala del 1 (Muy en Desacuerdo) al 5 (Muy de Acuerdo). Las respuestas a estas afirmaciones (Tabla II) indican que:

- No consideran que el turismo cause una pérdida de las costumbres y la identidad local, y sólo el 20,8% de la muestra consideran que si causa esta pérdida. Pero si consideran que genera cambios importantes de la cultura local el 48,6% de la muestra. Posiblemente vean el turismo como un catalizador de los cambios en la cultura local pero no como un destructor de la identidad local. Resulta interesante indicar que sólo el 12,5% de la muestra tiene una visión estática de la cultura local, mientras que el 60,9% tiene una visión dinámica.

Tabla II - Actitudes generales hacia diversos aspectos culturales.

	Muy en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	Media aritmética	Desviación estándar
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	14,2%	46,4%	18,6%	13,9%	6,9%	2,53	1,11
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	2,5%	26,4%	22,5%	36,9%	11,7%	3,29	1,06
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	0,8%	10,6%	23,1%	51,9%	13,6%	3,67	0,87
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	2,2%	21,7%	30,3%	39,4%	6,4%	3,26	0,94
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,9%	30,3%	25,8%	30,6%	9,4%	3,11	1,06
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	5,3%	31,1%	26,9%	30,8%	5,8%	3,01	1,03
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	6,7%	34,7%	23,6%	23,1%	11,9%	2,99	1,15
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	5,8%	46,1%	26,7%	17,2%	4,2%	2,68	0,96
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer la región.	0,3%	1,1%	9,2%	41,9%	47,5%	4,35	0,72
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	0,6%	11,9%	26,7%	49,2%	11,7%	3,59	0,86

Fuente: elaboración propia.

- Es mayoritaria la idea de que el turismo ha facilitado intercambios culturales positivos entre turistas y residentes (65,5% de la muestra está de acuerdo) y el trato recibido de los turistas es amable y respetuoso (45,8% de la muestra está de acuerdo). Posiblemente, el hecho de que la mayoría de los turistas que recibe Punta del Este sean de Argentina, Paraguay y Uruguay haya facilitado estos resultados, ya que la distancia cultural entre turistas y residentes es mínima.
- No hay una opinión clara a favor o en contra de considerar que el turismo ha ayudado a conservar el patrimonio arquitectónico, histórico y cultural o las actividades tradicionales. Es

muy posible que el solapamiento del desarrollo turístico con otros cambios sociales y económicos acaecidos dificulte adoptar una postura mayoritaria sobre qué cambios son debidos al turismo y cuales a otras causas.

- Los residentes no tienen una postura clara sobre el impacto inmigratorio causado por el turismo pero si es claramente mayoritaria la opinión de que no se han generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes (51,9% de la muestra). El turismo suele generar mucha inmigración y este hecho es difícil de gestionar. Pero las similitudes culturales entre residentes, turistas e inmigrantes minimizan los problemas.
- Finalmente indicar que el 89,4% de la muestra están orgullosos de que tantos turistas quieran visitar y conocer su región, indicando que la visión global de los impactos socioculturales generados por el turismo es claramente positiva.

El análisis univariante fue completado con la realización de tabulaciones cruzadas de valores medios para diversas variables:

Tabla III - Sentimiento de integración e Interés en las noticias locales.

	Sentimiento de Integración					Interés en las noticias locales				
	Nada 5,6%	Algo 20,8%	Bastante 40,8%	Mucho 32,8%	F Snedecor (P value)	Nada 1,4%	Algo 21,7%	Bastante 41,7%	Mucho 35,3%	F Snedecor (P value)
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2,80	2,69	2,42	2,52	1,41 (0,24)	2,60	2,54	2,43	2,64	0,79 (0,50)
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	3,35	3,25	3,31	3,28	0,07 (0,98)	2,80	3,15	3,32	3,35	0,98 (0,40)
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	3,30	3,59	3,57	3,91	5,15 (0,00)	3,60	3,49	3,71	3,73	1,51 (0,21)
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	2,85	3,20	3,22	3,42	2,68 (0,05)	3,80	2,99	3,28	3,39	3,57 (0,01)
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	2,95	3,08	3,18	3,09	0,38 (0,77)	2,80	2,97	3,22	3,09	1,12 (0,34)
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	2,90	2,81	3,12	3,02	1,50 (0,21)	3,00	2,78	3,10	3,04	1,69 (0,17)
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	3,30	3,01	3,08	2,81	1,69 (0,17)	3,80	3,15	2,99	2,86	1,92 (0,13)
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	2,85	2,76	2,67	2,60	0,64 (0,59)	3,20	2,81	2,73	2,51	2,40 (0,07)
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer la región.	3,95	4,29	4,31	4,51	4,41 (0,01)	3,20	4,19	4,30	4,56	10,12 (0,00)
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	3,55	3,55	3,59	3,64	0,18 (0,91)	3,60	3,56	3,53	3,69	0,74 (0,53)

Fuente: elaboración propia.

- Las personas que se sienten más integradas tienen un nivel de acuerdo ligeramente superior en las afirmaciones “El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas” y “El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable” (Tabla III). Llama la atención que las personas sin interés por las noticias locales son las que tienen una percepción más positiva del trato dispensado por los turistas a los residentes (Tabla III). El principal resultado es que las personas que se sienten más integrados y muestran más interés por las noticias locales son las que se sienten más orgullosas del interés turístico que despierta Punta del Este (Tablas III).

Tabla IV - Sentimiento al cambiar de residencia.

	Dentro de la Región						Fuera de la Región					
	Muy contento 2,5%	Contento 8,6%	Indiferente 28,9%	Disgustado 41,1%	Muy disgustado 18,9%	F Snedecor (P value)	Muy contento 1,4%	Contento 3,3%	Indiferente 15,6%	Disgustado 35,0%	Muy disgustado 44,7%	F Snedecor (P value)
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2,44	2,52	2,52	2,45	2,75	0,90 (0,47)	2,60	2,50	2,45	2,44	2,63	0,58 (0,68)
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	2,44	3,10	3,18	3,40	3,41	2,62 (0,04)	2,60	3,58	3,07	3,35	3,32	1,49 (0,20)
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	4,22	3,74	3,64	3,64	3,66	1,02 (0,40)	3,60	3,17	3,64	3,80	3,62	1,93 (0,11)
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	3,78	3,03	3,20	3,30	3,31	1,34 (0,26)	2,80	2,75	3,38	3,31	3,24	1,50 (0,20)
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,56	3,26	3,26	3,00	3,02	1,60 (0,17)	2,80	3,25	3,30	3,15	3,02	0,96 (0,43)
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	3,33	3,13	2,99	2,95	3,07	0,54 (0,71)	2,60	2,75	3,11	3,05	2,98	0,60 (0,67)
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	2,89	3,19	2,86	2,99	3,10	0,78 (0,54)	4,20	3,08	2,98	2,72	3,16	4,07 (0,00)
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	2,44	2,55	2,64	2,67	2,84	0,77 (0,54)	3,00	2,75	2,64	2,57	2,76	0,83 (0,51)
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer la región.	4,56	4,26	4,34	4,35	4,40	0,39 (0,82)	4,40	4,50	4,21	4,37	4,38	0,72 (0,58)
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	4,00	3,74	3,49	3,54	3,75	1,81 (0,13)	3,80	3,67	3,55	3,55	3,63	0,30 (0,88)

Fuente: elaboración propia.

- Los residentes que estarían más disgustados de cambiar de residencia dentro de la región tienen una percepción más elevada de que el turismo cambia la cultura local (Tabla IV). Las personas con más ganas de abandonar la región y residir lejos tienen una percepción muy superior al resto de que se ha producido una inmigración masiva y existe un conflicto entre residentes e inmigrantes (Tabla IV), y posiblemente la percepción de conflicto sea la causa de querer cambiar de residencia.
- Las personas que trabajan en contacto con los turistas poseen una visión más positiva de sus impactos y consideran en mayor proporción que el resto que el turismo genera un intercambio cultural positivo, ha ayudado a mantener actividades tradicionales y están más orgullosos de la llegada de turistas (Tabla V).

Tabla V - Nivel Estudios y Trabajar con Turistas

	Nivel de Estudios				Trabajar con Turistas		
	Primarios 5,0%	Secundarios 4,5%	Universidad 50,4%	F Snedecor (P value)	Si 60,5%	No 39,6%	F Snedecor (P value)
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2,72	2,58	2,47	0,66 (0,52)	2,47	2,62	1,66 (0,20)
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	2,89	3,28	3,35	1,59 (0,21)	3,24	3,34	0,71 (0,40)
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	3,61	3,69	3,65	0,14 (0,87)	3,74	3,57	3,12 (0,08)
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	3,33	3,15	3,35	2,06 (0,13)	3,27	3,24	0,09 (0,77)
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,33	3,15	3,05	0,76 (0,47)	3,12	3,08	0,11 (0,74)
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	3,11	3,19	2,84	5,03 (0,01)	3,09	2,88	3,50 (0,06)
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	3,39	3,12	2,84	3,73 (0,03)	2,98	3,01	0,07 (0,79)
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	2,78	2,71	2,64	0,33 (0,72)	2,62	2,74	1,35 (0,25)
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer la región.	4,22	4,42	4,30	1,51 (0,22)	4,44	4,22	7,90 (0,01)
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	3,72	3,52	3,66	1,30 (0,28)	3,61	3,59	0,04 (0,84)

Fuente: elaboración propia.

- Los residentes con mayores ingresos familiares son los más contrarios a considerar el turismo como el causante de la pérdida de las costumbres y la identidad local. También son contrarios a considerar que el turismo ha generado una inmigración masiva que ha generado conflictos

entre inmigrantes y residentes (Tabla VI). Las personas económicamente dependientes del turismo son más contrarios a considerar el turismo como el causante de la pérdida de las costumbres y la identidad local y están más orgullosas de que tantos turistas quieran visitar Punta del Este (Tabla VI).

Tabla VI - Ingresos netos familiares mensuales y Efecto de una crisis turística en los ingresos.

	Ingresos Familiares					Efecto de una Crisis			
	< \$ 30.000 20,3%	\$ 30001 - 50.000 32,8%	\$ 50.000 - 100.000 30,1%	> \$ 100.000 16,8%	F Snedecor (P value)	Bajarían mucho 5,0%	Bajarían 44,5%	No cambiarían 50,4%	F Snedecor (P value)
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2,74	2,58	2,45	2,28	2,15 (0,10)	2,77	2,29	2,57	5,73 (0,00)
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	3,24	3,37	3,33	3,07	1,14 (0,33)	3,46	3,22	3,22	1,82 (0,16)
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	3,61	3,65	3,68	3,81	0,65 (0,59)	3,65	3,80	3,58	2,25 (0,11)
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	3,16	3,26	3,27	3,28	0,25 (0,86)	3,24	3,25	3,29	0,07 (0,93)
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,03	3,04	3,18	3,09	0,41 (0,75)	3,25	3,06	3,04	1,26 (0,29)
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	3,07	3,12	2,89	3,00	1,04 (0,38)	3,19	2,99	2,89	2,30 (0,10)
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	3,16	3,00	3,04	2,59	3,11 (0,03)	3,07	2,96	2,91	0,56 (0,57)
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	2,83	2,65	2,71	2,59	0,79 (0,50)	2,79	2,58	2,69	1,39 (0,25)
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer la región.	4,20	4,40	4,41	4,29	1,61 (0,19)	4,40	4,50	4,15	8,19 (0,00)
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	3,54	3,74	3,51	3,55	1,61 (0,19)	3,57	3,67	3,57	0,52 (0,60)

Fuente: elaboración propia.

Las tabulaciones cruzadas muestran pocas variaciones en las respuestas de los residentes a los diez ítems propuestos en relación a las variables tomadas en consideración (grado de integración, grado de apego, nivel de estudios, nivel de contacto con los turistas, nivel de renta y dependencia económica de la actividad turística).

5. Conclusiones

La cultura es un recurso que permite atraer turismo, si bien, por otra parte, el turismo causa cambios en la cultura local. Estos cambios son vistos como positivos o negativos dependiendo de la visión personal que posea cada individuo de la cultura y la sociedad local. En el caso de la conurbación de Maldonado-Punta del Este la percepción que tienen los residentes de los impactos sociales y culturales del turismo es mayoritariamente positiva, aunque no excesivamente entusiasta. Además las respuestas muestran muy pocas diferencias significativas al tomar en consideración variables demográficas, el apego y el sentimiento de integración. Posiblemente, estos resultados son debidos a las pocas diferencias culturales existentes entre los residentes, los inmigrantes recién llegados y los turistas mayoritarios en la región. El principal mercado emisor de turistas es Argentina, y Uruguay y Argentina poseen elevadas similitudes culturales. Si los turistas y los inmigrantes procedieran de países o regiones con mayores diferencias culturales con los residentes, como ocurre en Europa, es muy posible que los residentes percibieran un mayor impacto cultural y fueran mucho más críticos con los resultados del desarrollo económico.

La cultura y su evolución es uno de los elementos más relevantes dentro de los factores no económicos que determinan las actitudes de los residentes hacia el turismo, por tanto es necesario tener en cuenta este factor a la hora de la planificación y gestión del destino turístico. En el caso de Punta del Este, dada la situación actual, sólo sería necesario realizar políticas de tipo preventivo en lo referente a la cultura local ya que en la actualidad la situación es de cuasi asimilación inmediata de las personas llegadas al destino debido a las pocas diferencias culturales entre turistas, inmigrantes y residentes.

Entre las líneas futuras de estudio sería prioritario comparar destinos con las características de Punta del Este, residentes y turistas con una distancia cultural pequeña, con destinos Europeos de sol y playa, normalmente con residentes y turistas culturalmente distantes.

6. Bibliografía

- ALLEN, L. R., LONG, P. T., PERDUE, R. R. & KIESELBACH, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- ALMEIDA, F., PELÁEZ, M. A., BALBUENA, A., & CORTÉS, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- ANDERECK, K. L., VALENTINE, K. M., KNOPF, R. C. & VOGT, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- AP, J. & CROMPTON, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- BELISLE, F. J. & HOY, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa María, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.
- BESCULIDES, A., LEE, M. & MCCORMICK, P. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.

- BIGNÉ, J. E., FONT, X. & ANDREU, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Editorial ESIC.
- BOYTON, L. (1986). The effect of tourism on Amish Quilting Design. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 451-465.
- BUCK, R. & ALLEMAN, T. (1979). Tourism enterprise concentration in old order Amish survival: explorations in productive existence. *Journal of Travel Research*, 13(1), 15-20.
- CAPENERHURST, J. (1994). Community tourism. En L. Haywood (Ed.), *Community Leisure and Recreation* (pp. 144-171). Oxford: Butterworth Heinemann.
- CLEMENTS, C., SCHULTZ, J. & LIME, D. (1993). Recreation, tourism, and the local residents: partnership or coexistence? *Journal of Parks and Recreation Administration*, 11(4), 78-91.
- COPPOCK, J. (1977). *Second Homes: Curse or Blessing?* Oxford: Pergamon.
- DEITCH, L. (1977). The impact of tourism upon the arts and crafts of the indians of the Southwestern United States. En V. Smith, (Ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (pp. 173-184). Oxford: Blackwell.
- DEL CHIAPPA, G., & ABBATE, T. (2016). Island cruise tourism development: A resident's perspective in the context of Italy. *Current Issues in Tourism*, 19(13), 1372-1385.
- DRIVER, B., BROWN, P. & PETERSON, G. (1991). *Benefits of Leisure*. State College, PA: Venture Publishing.
- ESMAN, M. (1984). Tourism as ethnic preservation: the Cajuns of Louisiana. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 451-467.
- FRANCILLON, G. (1975). Tourism in Bali: its economic and socio-cultural impact - Three points of view. *International Social Science Journal*, 27, 723-752.
- GEERTZ, C. (1973). *The Interpretation of Culture: Selected Essays*. New York, NY: Basic Books.
- GÓMEZ, L., SAN MARTÍN, J. & BERTICHE, C. (1999). A model of tourism experience and attitude change. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 1024-1027.
- GURSOY, D. & RUTHERFORD, D. (2004). Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- GURSOY, D., JUROWSKI, C. & UYSAL, M. (2002). Resident attitudes: A structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- HARALAMBOPOULOS, N. & PIZAM, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- HEENAN, D. (1978). Tourism and the community: a drama in three acts. *Journal of Travel Research*, 16(4), 30-32.
- HOFSTEDE, G. (1989). Organising for Cultural Diversity. *European Management Journal*, 7(4), 390-397.
- HUNT, C. & STRONZA, A. (2014). Stage-based tourism models and resident attitudes towards tourism in an emerging destination in the developing world. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), 279-298.
- JOHNSON, J. D., SNEPENGER, D. J. & AKIS, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.
- JOHNSON, R. (1986). The development of significant cultural resources to promote economic revitalization: a case study. *First National Symposium on Social Science in Resource Management*, may 12-16, Corvallis, OR, United States.
- JUROWSKI, C., UYSAL, M. & WILLIAMS, R. D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.

- KERSTETTER, D. L., CONFER, J. J. & GRAEFE, A. R. (2001). An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 39(3), 267-274.
- KROEBER, A. & KLUCKHOHN, F. (1952). *Culture: A critical Review of Concepts and Definitions*. Cambridge, MA: Peabody Museum.
- LANQUAR, R. (2001). *Marketing turístico: de lo global a lo local*. Barcelona: Editorial Ariel.
- LIU, J. C. & VAR, T. (1986). Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
- MADDOX, R. N. (1985). Measuring satisfaction with tourism. *Journal of Travel Research*, 23(3), 2-5.
- MASON, P. & CHEYNE, J. (2000). Resident's attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- MATHIESON, A. & WALL, G. (1984). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York, NY: Longman House.
- MAURER, K. (1997). *Ancient Images, Modern Visions: Representations of Maya Identity in Belize*. Tesis doctoral no publicada. Los Ángeles, CA: University of California-Los Angeles.
- MEDINA, L. K. (2003). Commoditizing Culture. Tourism and maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 353-368.
- MILMAN, A. & PIZAM, A. (1988). Social impact of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- NEWBY, H. (1979). *Green and Pleasant Land? Social Change in Rural England*. London: Wildwood House.
- ÖZEL, Ç. H., & KOZAK, N. (2017). An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia: A social exchange theory approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(3), 284-300.
- REISINGER, Y. & STEINER, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 65-86.
- RIBEIRO, M. A., VALLE, P. O., & SILVA, J. A. (2013). Residents' attitudes towards tourism development in cape verde islands. *Tourism Geographies*, 15(4), 654-679.
- RODRÍGUEZ, S. (1994). The tourist gaze, gentrification and the commodification of subjectivity in Taos. En R. Francaviglia & D. Narrett (Eds.), *Essays on the Changing Images of the Southwest* (pp. 105-126). College Station, TX: Texas A & M University Press.
- SANTESMASES, M. (2009). *DYANE Versión 4: Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- SARDÁ, R. & FLUVIÀ, M. (1999). Tourist development in the Costa Brava (Girona, Spain). a quantification of pressures on the coastal environment. En W. Salomons, R. K. Turner, L. Lacerda & S. Ramachandran (Eds.), *Perspectives on integrated coastal management* (pp. 257-277). Berlin: Springer Press.
- SCHATZKI, T. & NATTER, W. (1996). Sociocultural bodies, bodies sociopolitical. En T. Schatzki & W. Natter (Eds.), *The Social and Political Body* (pp. 1-25). New York, NY: Guildford.
- SEDMAK, G. & MIHALIC, T. (2008). Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1007-1031.
- SELWYN, T. (Ed.) (1996). *The Tourism Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley & Sons.
- STEINER, C. J. & REISINGER, Y. (2006). Reconceptualizing existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 299-318.

- TEYE, V. & SIRAKAYA, E. & SÖNMEZ, S. F. (2002). Resident's attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- VANDER STOEP, G. A. (1998). Perception of status of Michigan as a heritage tourism state: results of an eleven month telephone survey. En H. G. Vogelsong (Ed.), *Proceedings of the 1997 Northeastern Recreation Research Symposium* (pp. 186-192). Radnor, PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Forest Experiment Station.
- VARGAS, A., PORRAS, N. & PLAZA, M. D. L. T. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible?. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480.
- WILLIAMS, J. & LAWSON, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- WOOSNAM, K. M., & ERUL, E. (2017). Residents' perceived impacts of all-inclusive resorts in antalya. *Tourism Planning & Development*, 14(1), 65-86.