

Columba. Luego de más de ochenta años, Columba llegaba a su fin luego de un fallido intento por remozar sus series más emblemáticas.

El resurgimiento abortado

Estas caídas eran acompañadas por la saludable supervivencia de otros proyectos. Muchos editores, gracias a su perseverancia y a saber adaptarse a los tiempos, habían podido encontrar una fórmula editorial que les permitía subsistir en forma casi profesional: revistas pequeñas, tiradas medias, edición cuidada y distribución comercial en kioscos. De repente, casi sin que nadie lo advirtiera, los kioscos contaban con una nueva sección totalmente integrada por revistas de historietas publicadas por pequeñas editoriales independientes. Algunas eran las sobrevivientes de la década pasada, otros eran nuevos proyectos. Entre otros títulos, se podían encontrar series como *Mikilo*, *Animal Urbano*, *Bulgan Bator*, *Asesino 55*, *Babe Tool* y *El Laucha* (las cuatro últimas editadas por la editorial Mutant Generation); y también revistas unitarias como: *La Mueca de Dios*, *Perfecto*, *El Destino Invisible* o *Ecos* y *Tinieblas* (las últimas tres, editadas por La Productora).

De todas estas revistas, algunas habían logrado perfeccionar una forma de comercialización que si bien no daba excepcionales ganancias, al menos garantizaban la continuidad en el tiempo, gracias a que los costos podían cubrirse en un mediano plazo. Finalmente, el sinceramiento del mercado había permitido que los nuevos editores dimensionaran su negocio de forma tal que lograba durar en el tiempo. Pero aunque las conclusiones eran acertadas, y cuando parecía que la situación comenzaba a mejorar, la crisis económica del 2001 hundió a la economía argentina llevándose consigo toda esperanza de resurgimiento de la historieta nacional en el corto plazo. Con la caída de la convertibilidad en diciembre de 2001 el peso dejó de equipararse al dólar y se borró “de un plumazo” a la mayoría de los editores independientes que habían luchado durante años por mantener su lugar. La joven sección de comics que se había afianzado en los kioscos desapareció del mismo modo en que llegó, sin armar alboroto, silenciosamente. Las únicas editoriales autogestionadas que lograron sobrevivir a la crisis fueron Llanto de Mudo y La Productora. Y fueron ellas quienes en los momentos más difíciles se encargaron de mantener prendida la llama de la historieta argentina cuando todo parecía haber terminado de una vez y para siempre.

A modo de conclusión

La historieta argentina durante la década de los noventa nunca logró afianzarse ni generar un espacio propio legítimo. Pero fue durante aquel largo y oscuro período donde se forjaron las bases para el resurgimiento de la historieta nacional actual. Muchos de los jóvenes autores que en aquellos años refugiaron sus trabajos en fanzines autoeditados, son ahora algunos de los más importantes protagonistas de la nueva historieta argentina. Autores como Liniers, Lucas Varela, Juan Sáenz Valiente, Salvador Sanz, Gustavo Sala o Ángel Mosquito, ahora ven sus trabajos editados por algunas de las nuevas editoriales argentinas, en la resurgida revista Fierro, o

bien en importantes medios de alcance nacional. Por otra parte, muchos de los trabajos realizados para el exterior durante aquella década por destacados profesionales como Carlos Trillo, Quique Alcatena, Walther Taborda o Eduardo Risso, ahora tienen la posibilidad de ser publicados en forma de libro por nuevas editoriales como Domus, Thalos, Purocomic, Deux, Gárgola, Ojo de Pez o Belerofonte.

A modo de conclusión podemos decir que sin importar cuán difícil sea la situación del país, la historieta argentina nunca deja de dibujarse. Tal vez deba esperar diez años o más para ser publicada, como esta crónica demuestra, pero llegado el momento siempre estará lista y dispuesta para reencontrarse con sus lectores.

La hotelería como recurso turístico en la Argentina

Silvia Alvarez

Cada vez más el mercado turístico mundial evoluciona hacia un turismo más consciente enfocado a satisfacer necesidades cada vez más específicas, motivadas por una oferta variada atenta a las nuevas necesidades del mercado turístico.

El mercado hotelero ha captado esta nueva modalidad de movilizarse que tiene el turismo actual en busca de oferta específica para satisfacer necesidades cada vez más extravagantes. Por suerte el mercado hotelero argentino acompaña este movimiento mundial y podemos afirmar que hay una oferta cada vez más variada que satisface a muchos huéspedes.

Podemos encontrar entonces hoteles corporativos que intentan hacer sentir al huésped en su propia casa brindándole detalles de confort que hagan su estadía más placentera y así lograr captarlo como un huésped habitual.

Este mercado es sumamente exigente y no tiene, en general, tiempo para perder ni horarios *standard*, por lo que los hoteles ofrecen una gran gama de servicios exclusivos. Lugares cálidos que rememoran los livings hogareños, libros, internet *wifi*, *spa*, gimnasios bien equipados y con personal que lo pueda asesorar, flores frescas siempre, restaurantes de primer nivel, camas con sistemas exclusivos donde buscan brindarle una sensación de abrigo, aromatización de ambientes para lograr despertar todos los sentidos, y hasta decoración respetando las normas de *Fengshui* para una buena circulación de la energía positiva.

A veces, quizás exageran algunos detalles, pero todos los hoteles han investigado profundamente a sus clientes estrellas y han determinado que el huésped que se encuentra fuera de su hogar, añora su vida familiar; y una forma de mimarlo es lograr que a través del servicio personalizado, se sienta tan cómodo como en su propia casa.

El mercado corporativo es un mercado en constante crecimiento y con muchas opciones, ya que no sólo mueven el mercado del alojamiento sino que también lo hacen en el de eventos, cenas, presentaciones, movilizándolo así todos los sectores del hotel. La mayoría de los hoteles de categoría pueden satisfacer desde los requerimientos

de una pequeña presentación hasta grandes eventos. El hotel boutique es un movimiento que nace en Europa y fue extendiéndose por el mundo, pequeños establecimientos de altísima calidad de servicios, con una cuota extra de elegancia y sofisticación; se caracteriza por su trato personalizado, individualizando a cada huésped y reconociendo cada una de sus preferencias. Otros tipos de hoteles acompañan a la actividad turística: hoteles de diseño ultramodernos, minimalistas, urbanos, una vasta gama para el público más joven; hoteles de montaña que acompañan a la actividad de nieve durante el invierno, termales, ofreciendo diferentes alternativas para gozar de las aguas con propiedades curativas o simplemente de relax; hoteles enclavados en la naturaleza para lograr poder disfrutar de todas sus opciones. También podemos encontrar hoteles que acompañan actividades de turismo alternativo y hoteles acondicionados para huéspedes que vienen a la Argentina a pescar y cazar, en estos casos la hotelería es un complemento más donde en primer lugar, se habla un lenguaje en común entre los dueños de casa y sus huéspedes, brindándole la posibilidad de tener charlas amenas donde se intercambian experiencias entre pares, en general estos alojamientos se encuentran ubicados dentro de estancias o *lodges* brindándole al huésped un ambiente relajado y desestructurado. Para los turistas que así lo requieran existe una buena oferta de hotelería 5 estrellas en los principales destinos turísticos Argentinos: el Sheraton Iguazú con su vista inigualable de las Cataratas del Iguazú y de la selva circundante, brindándole al huésped el beneficio adicional del contacto directo con la flora y fauna del lugar. El Llao Llao, hotel emblemático de una de las ciudades turísticas por excelencia, sus servicios se extienden más allá del hotel teniendo el huésped la posibilidad de utilizar un magnífico campo de golf de 18 hoyos. El Hyatt de Mendoza que además de brindar todos los servicios de un 5 estrellas, tiene una vinoteca de las mejores equipadas de la ciudad y el fantástico *Health Club & Spa* con terapias alternativas a base de productos derivados del vino. Por supuesto no son los únicos 5 estrellas de la Argentina pero sí son tal vez los más representativos, pero a lo largo de Argentina cada vez más nos encontramos con una oferta hotelera que sin tener esta categoría ofrece un servicio de tan alta calidad como los hoteles ya mencionados. Estos hoteles que muchas veces no cuadran con la categorización de la legislación vigente, por sus dimensiones que no cumple con los requisitos mínimos para su categoría, ya que se parte de antiguas casonas recicladas y cuentan con pocas habitaciones. Estos pequeños establecimientos ofrecen un ambiente exclusivo y de alta calidad de servicio que se contraponen al ambiente agreste y natural que los rodea, brindándole al pasajero un ambiente acogedor para el retorno de las excursiones. Estos establecimientos, generalmente, ofrecen el servicio de gastronomía acorde con el nivel del hotel. Por lo que podemos encontrar una combinación muy solicitada en el mundo que son “pequeños hoteles gourmet” Los establecimientos hoteleros y extra hoteleros se han desarrollado en diferentes ámbitos como ser: bodegas, postas, fincas, hosterías, estancias, cabañas, casas de

campo, *lodges*. Cada uno buscando aprovechar al máximo los recursos naturales del lugar.

Muchos establecimientos han priorizado la utilización de materiales y colores del lugar donde están emplazados, agregándole el valor cultural y procurando minimizar el impacto visual que podría llegar a ocasionar. Así podemos encontrar hoteles construidos en base a piedras como las casas de los habitantes nativos del lugar, teniendo en su interior el confort de última generación y una calidad de servicio que no tienen nada que envidiarle a la hotelería de 5 estrellas.

La hotelería temática está avanzando cada vez más para satisfacer nuevas necesidades que se desarrollan en el mundo. El servicio de alojamiento debe ser cada vez más especializado y con una visión amplia del mercado para poder generar motivaciones interesantes para conocer. Así hoy los amantes del vino pueden usar los mismos establecimientos donde se cultiva y procesa el vino, ofreciéndoles actividades propias del lugar y brindándoles la posibilidad de realizar cursos de cata o cocina para perfeccionarse en este tema.

Los medios de comunicación, internet, guías, programas televisivos, sirven para que estos pequeños reducidos sean conocidos. La promoción turística generada a través de la Secretaría de Turismo y de los entes regionales, son las cartas de presentación de nuestros atractivos al mundo y se deben utilizar como una herramienta para desarrollar la hotelería en la Argentina.

Aprendizaje y Gestalt

Mónica Antúnez

En este trabajo, reflexionaremos acerca de una de las teorías del aprendizaje abordadas en diversos estudios sobre el aprendizaje: la Teoría de la Gestalt.

Cabe destacar, en primer lugar, que entendemos que esta teoría es sólo una de las que serán de suma utilidad para ser aplicadas como herramienta y para descubrir en qué consiste el aprendizaje y cómo se logra este complejo proceso. Al momento de pensar en abordar la enseñanza en la práctica, tomaremos en cuenta otras teorías tales como el empirismo, el innatismo, el conductismo, el constructivismo de Piaget o el valioso aporte de Vigotsky.

Entendiendo al proceso de aprendizaje no como contenidos cognitivos que se transmiten a través de técnicas y recursos pedagógicos desde el docente, sino como un proceso en el cual convergen gran diversidad de variables y factores, tanto controlables como no controlables, lo podemos explicar como un proceso esencialmente dinámico, dialéctico y que requiere una compleja y necesaria relación docente, conocimiento, alumno y contexto. A raíz de nuestra experiencia áulica, partiendo del supuesto básico de los saberes previos de los alumnos, seleccionando estrategias y técnicas didácticas adaptadas a cada grupo de alumnos según su dinámica grupal, intereses, resistencias epitemofílicas, sus sentimientos y el marco institucional, todos esos elementos nos motivan a mejorar y optimizar el proceso de enseñanza y de aprendizaje.