

La integración de las personas con capacidades restringidas en un medio urbano y rural durante el tiempo libre dedicado al turismo y a la recreación: una propuesta educativa

Mónica Di Santo y Jorge Grünewald

1. Fundamentos

Dada la amplitud de temas a considerar cuando se plantea mejorar la calidad de vida de la sociedad a través de una correcta prestación de los servicios a la comunidad en un espacio físico urbano y/o rural, nos planteamos el objetivo en este ensayo de considerar una alternativa desde la óptica educativa que permita *capacitar a los prestadores de servicios para la plena integración de las personas con capacidades restringidas -PCR- durante el tiempo libre dedicado al turismo y la recreación en un ámbito cultural o natural*. Este objetivo parte de la interrelación de las siguientes variables:

- a) Que una posibilidad real de ofrecer una mejora de un servicio a la comunidad es la capacitación de aquellos que están vinculados a ese servicio.
- b) Que se hace particularmente necesaria la mejora constante en la calidad de los servicios, cuando una persona destina su tiempo libre al turismo y la recreación en un ámbito urbano o rural.
- c) La falta de capacitación en la prestación de los servicios se hace más manifiesta en el caso de aquellas personas que tienen alguna capacidad restringida, conjunto que involucra al 40% de la población mundial.
- d) La capacitación sobre este tema solo es posible cuando se conoce la problemática durante el proceso de aprendizaje y se la interrelaciona con el conjunto de variables de cada actividad, por lo que la capacitación de los futuros prestadores de servicios destinado a actividades turísticas y recreativas en un espacio urbano o rural, durante el período educativo de grado, permitirá disminuir o eliminar aquellas barreras físicas, funcionales y sociales que marginan a un grupo significativo de la sociedad.

El conocimiento de esta temática debe ser parte necesaria de todos aquellos que

están relacionados a las actividades del tiempo libre del hombre. Se requiere una conciencia colectiva que permita transitar sin barreras por la vida a todos aquellos que tienen una minusvalía con el entorno -del niño al anciano, permanente o transitoria- a fin de mejorar la calidad de vida de este visitante de un destino turístico o recreativo, en un medio urbano o rural, con una visión que permita una integración social, física y funcional en cada una de las actividades que el hombre realiza durante su tiempo libre.

2- El tiempo libre del hombre

El acto turístico es un *acto motivado*, que se asienta sobre un cierto excedente de tiempo, el cual resulta para el habitante de los países desarrollados un bien cada vez más escaso. Hemos de referirnos en primer lugar al *tiempo libre* en su dimensión psicosociológica, para luego detenernos en aquéllas actividades que el individuo lleva a cabo, entre ellas el *turismo* y la *recreación*. El ocio es, al mismo tiempo, un fenómeno social y una actividad individual, dimensiones ambas que se entrecruzan, por un lado, debido al condicionamiento que la actual cultura de masas impone a esta porción del tiempo en el habitante de los países industrializados, y por otro, porque, en tanto práctica individual, dota al individuo de un sentimiento de libertad. El hombre de los países desarrollados se enfrenta hoy a la problemática de tener que distribuir su tiempo en esferas y quehaceres diversos. Podemos hablar así, siguiendo el modelo de Staffan B. Linder (1), de cinco categorías clasificatorias de nuestra forma actual de empleo del tiempo por el hombre:

Tiempo de Trabajo: es aquel dedicado a la productividad, y como tal es el que más incide sobre todas las otras categorías de empleo de nuestro tiempo, debido a que se vincula directamente con nuestro nivel de ingresos económicos.

Tiempo de trabajo personal: es el tiempo dedicado al cuidado y mantenimiento de los bienes de consumo adquiridos, como así también de nuestro cuerpo, nuestra salud. Se refiere tanto al tiempo que nos demanda llevar el auto al taller, como ir al dentista. En el primer caso, tal vez podamos delegar la tarea a terceros, pero en el último ejemplo no.

Tiempo dedicado al consumo: suele elevarse cuando se eleva el nivel de los ingresos de un individuo, debido a que tiene acceso a mayor cantidad de bienes de consumo, pero paradójicamente - y esta es la afirmación central del autor- se nota una reducción de su tiempo libre, debido a que el mismo se torna más caro que cualquier otra cosa. Es difícil determinar a priori cuál será el efecto que produzca una suba en el nivel de ingresos de un individuo sobre todas las otras categorías de uso del tiempo, pero la realidad nos lleva a *inferir* que un sujeto cuyo tiempo de productividad adquiere un alto valor en el mercado, también se verá exigido a

especializarse, perfeccionarse, en definitiva, a reducir su tiempo libre, por lo cual el mismo se torna más caro que cualquier otro bien. Es posible que aumente el volumen de los bienes que consume, pero no su tiempo libre. Por supuesto, esto dependerá de situaciones particulares, por lo cual hemos dicho que a priori no se puede determinar si un individuo elegirá sustituir tiempo por bienes.

Tiempo para la cultura: es el tiempo dedicado a cultivar la mente y el espíritu que Linder sintetiza como «tiempo para la cultura» y que ha sido una de las metas del progreso económico, al suponer que un aumento en nuestros ingresos conllevaría a una mayor asignación de recursos en actividades tales como asistir a espectáculos (teatro, cine, ballet), lectura, ópera, pintura, etc. La tendencia actual indicaría, por un lado, que el aumento esperado en cuanto al tiempo dedicado para la cultura, no se ha producido debido a que el tiempo dedicado al trabajo lo somete a una competencia creciente. Si bien es cierto que a medida que el nivel medio de ingresos sube, mayores son las posibilidades de una mejora en el nivel educativo-cultural del individuo y su grupo familiar, por otro lado la realidad nos indica que la tendencia actual no va en el mismo sentido en todos los ámbitos, y las diversiones hoy suelen reducirse más al ámbito de lo privado-doméstico y no tanto a la actividad social. Estamos refiriéndonos a tendencias observables del fenómeno en su dimensión social, dejando para más adelante la referencia a los aspectos psicológicos del mismo, con lo cual queremos significar que la función psicológica del ocio merecerá un apartado especial.

Tiempo inactivo: la quinta categoría del uso del tiempo a la que Linder llama Inactividad, y que es el tiempo excedente, propio de aquellos países más pobres, o de *aquellos individuos alejados del proceso de producción* (como puede ser una persona con una discapacidad específica, o por hallarse ya jubilados). No es la inactividad creativa, ni el ocio de una elite que puede dedicarse al ideal griego de la vida contemplativa y del desarrollo del espíritu y el intelecto, sino que es una inactividad impuesta por condicionantes sociales, políticos y económicos, que no dejan al sujeto otra opción que la de enfrentarse a esos puntos muertos de su tiempo, pues es justamente en los países más pobres o en los individuos alejados del proceso de producción económica donde el tiempo es un bien *que sobra*. El excedente de tiempo va de la mano de la pobreza, y no a la inversa, como bien lo expresa el autor:

«...Las culturas donde el «tiempo sobra» aparecen en los países más pobres. Tan baja es la productividad, que cierta porción del tiempo no tiene rendimiento alguno. Esas culturas no tienen gran necesidad de precisión en el cálculo y la medición del tiempo...» y sigue: «...Asimismo, los individuos disminuidos, a quienes se excluye del mercado laboral y del proceso de desarrollo, y que cuentan por lo tanto con bajos ingresos, pueden experimentar un excedente de tiempo...» (2)

Vemos que el tiempo libre no es el tiempo vacío que sigue al tiempo de trabajo, sino que es un fenómeno social a cuyo estudio se han abocado grandes especialistas,

debido a que es una importante problemática del hombre moderno y que debemos promover a fin de lograr la integración de todos y principalmente de aquellas PCR.

2.1. *El tiempo libre y su valoración histórica:*

En las sociedades preindustriales, encontramos que la disposición de tiempo libre era reservada a una casta ociosa, que disfrutaba del mismo tal como lo concebían los griegos, esto es, como derecho solo de una minoría, que por su linaje y pertenencia podía vivir sin trabajar. La gran masa no se sustraía del trabajo, salvo en aquellos casos de inactividad forzada, en que por condiciones del clima o por azares del destino, el individuo quedaba excluido de la cadena productiva. Con el surgimiento de las primeras sociedades industriales, se produce el éxodo hacia las grandes urbes, lugar de asentamiento de las primeras fábricas, y se transforman las condiciones del trabajo, aumentando las presiones del mismo sobre el individuo, en aras del aumento de la productividad. El trabajo se convierte en el valor fundamental del sistema social, instaurándose una verdadera moral del trabajo, siendo el ocio criticado desde un punto de vista moral y económico. Recién luego de la II Guerra Mundial se materializa el derecho de vacaciones pagas y reducción de las horas de trabajo a las grandes masas de trabajadores, que salen al escenario social para gozar de los derechos que antes eran exclusividad de una minoría, y es así como empiezan a hacerse presentes en aquéllos lugares y actividades que antes les estaban vedados. Se segmentarizan las diversiones, se establecen modas, lugares, actividades, deportes, preferencias que serán el símbolo de la pertenencia a determinada subcultura, con códigos y valores propios y específicos. El tiempo libre es, tal como lo hemos señalado anteriormente, un tiempo de consumo, y a la vez, un símbolo de pertenencia a una determinada subcultura.

2.2. *Las funciones psicológicas del tiempo libre:*

Esta porción de tiempo a la que llamamos tiempo libre, y que se encuentra condicionada, tal como señalamos, por factores históricos, sociales y económicos, cumple importantes *funciones* psicológicas para el individuo. En primer lugar, le permite *evadirse*, hasta donde es posible para cada uno, de las actividades de la rutina cotidiana y las exigencias cada vez mayores de eficiencia y eficacia, de perfeccionamiento, a que nos somete el ejercicio del tiempo de trabajo. Se supone que el trabajo se torna menos agobiante si se lo matiza con momentos para el descanso y la diversión, lo cual a su vez, redundará en una mejora de la productividad del trabajador. Pero también es cierto, por otra parte, que este ocio-consumo se torna, por momentos, en un nivel más de exigencia para el individuo en la medida en que al ser un artículo más de consumo, deberá dedicarse a su posesión como si de cualquier otro se tratase. Así resulta que las funciones que el ocio cumple en el plano individual, se hallan inseparablemente ligadas con el marco sociocultural

que le sirve de base. En líneas generales, cuando un individuo busca *evadirse*, suele elegir entre un abanico de actividades, entre las que podemos citar según Roger Sue (3):

- Actividades socioculturales.
- Estudios y formación profesional.
- Reposo (descanso, paseos).
- Reposo cultural (televisión, radio, cine).
- Lectura (literatura, periódicos, revistas).
- Educación de los hijos.
- Gustos personales, educación física, deportes.

Queremos decir que la elección en el uso de nuestro tiempo libre es un *proceso*, no un acto aislado. Básicamente el *ocio* supone la búsqueda de bienestar, y hay quienes lo encuentran frente a actividades sedentarias, pero que lo enriquecen espiritualmente, como la lectura, o aquéllos que gozan ejerciendo actividades lúdicas, como el juego, el deporte, o haciendo turismo. No importa la actividad que se realice, importa la búsqueda de placer asociada a ellas. Y en este punto a menudo se encuentra el individuo con *barreras* internas, por las cuales se vivencia con angustia o culpa esa porción de tiempo «improductivo», siendo que no hemos sido educados para el placer. El «cómo llenar» esa porción de tiempo suele enfrentar al individuo a una sensación de vacío y pérdida de referencias, dado que todos sus tiempos suelen estar hiperorganizados y sometidos a la agenda y el reloj. Esto impide a menudo un pleno disfrute del tiempo libre, porque liberar lo imaginario no es a lo que más está acostumbrado el hombre moderno. El tiempo libre ayuda también al establecimiento del contacto humano, al intercambio, aspecto importante en la vida del hombre que no se ve favorecido por las condiciones del trabajo moderno, por la urbanización intensiva y el hábitat vertical que traen consigo una disminución de las interrelaciones sociales. A este respecto vemos asimismo una tendencia mayor hacia el estilo individual de consumo del tiempo libre, por lo cual se pasa la mayor parte del mismo en el seno de la familia, y en actividades privadas, de puertas para adentro, como por ejemplo ver televisión. Queremos mostrar que no hay una única manera en el ejercicio del ocio, y que tampoco hay tipos «puros» de actividades, en la medida en que cada una de ellas encierra consigo la valoración contraria. Nada es tan blanco ni tan negro como aparece en los textos de consulta. La función socializadora del ocio que quieren ciertos autores, se ve atravesada por factores que la modifican, y lo mismo ocurre con el ideal de evasión, de esparcimiento, de diversión. Es el hombre y sus circunstancias, y en este sentido queremos mostrar los impedimentos, barreras y mandatos que pesan sobre las distintas esferas del ejercicio de esta actividad, que más que un acto aislado es, como dijimos, un *proceso*. Pretender explicar el ocio de nuestros días como un modelo logrado y perfecto de

un ideal teórico, sería quitarlo de su contexto, cayendo en meras descripciones sin sentido.

3- El tiempo libre dedicado al turismo y la recreación

3.1. La nueva concepción de la actividad turística y recreativa:

La motivación de la demanda. Durante el desarrollo del ensayo se plantearán sucesivamente los conceptos de *turismo y recreación* considerándose ambos como objetivos independientes y paralelos para lo cual es conveniente aclarar ambos términos. Un destino recibe dos conjuntos de visitantes, uno desarrolla *actividades turísticas* que son el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporario y voluntario del hombre fuera de su lugar de residencia habitual, sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino. Aquella persona que realiza turismo *pernoctará* en ese destino. El segundo grupo realiza *actividades recreativas* que son el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre, *dentro del lugar o zona de residencia habitual*. Aquella persona que se recrea diurnamente en un destino turístico y regresa en el día a su residencia habitual es un *recreacionista*. Esta diferenciación es de suma importancia para la organización del servicio a la demanda durante la programación de actividades a instrumentar o desarrollar en un destino turístico o recreativo ya que debemos considerar e interpretar las motivaciones de las personas cuando hacen uso de ese tiempo libre. En la década de 1980 en el campo de la actividades del tiempo libre se establece una nueva modalidad de desarrollo a nivel mundial a partir del concepto de *marketing*, entendiendo a este concepto no como una técnica ni un método para desarrollar la actividad sino de una concepción integral de pensamiento y acciones que permiten la materialización de la política para el tiempo libre dedicado al turismo y la recreación. Este concepto innovador plantea la definición del producto turístico y recreativo en función de identificar las necesidades del grupo humano -conformada por los visitantes del destino y la población residente- desde la óptica funcional y psicológica. Durante la década de 1990 se plantean líneas de acción que podemos denominar conceptualmente como un *marketing estratégico*, un modelo donde la motivación de la demanda (posicionar nuestros productos en la mente del visitante, conocer y satisfacer sus deseos) es el eje de la propuesta estratégica empresarial y este período interrelaciona las tres variables en el proceso de decisiones requeridas para la instrumentación de un determinado proyecto: *oferta, demanda y producto turístico*, considerando que en cada caso debemos tener:

a- *Conocimiento de la oferta*: conformada por elementos tangibles e intangibles, plantea para su análisis establecer por lo menos tres variables:

- 1- determinar la magnitud de la oferta,
- 2- dimensionar la ocupación, estacionalidad y capacidad ociosa de la misma y
- 3- la detección de la competencia por producto y precio en el mercado.

b- Conocimiento de los productos turísticos y recreativos: se define que: «... El concepto «destino turístico» ha sido sustituido por el concepto de «producto turístico» por considerarlo más adecuado a los efectos de la actual concepción del marketing. La idea de destino o centro turístico manejada hasta el presente en las acciones promocionales que en otras actividades se denomina «marca» debió dar lugar a la idea de «producto» como respuesta a las motivaciones del turista. Podemos definir al «producto turístico» como la integración de los recursos naturales y/o culturales con los respectivos servicios, en una unidad que justifique un desplazamiento turístico...» (4).

c- Conocimiento de la demanda: la modificación de las conductas de los visitantes requiere de un conocimiento de los mismos en sus aspectos cuantitativos y cualitativos. Surge así la necesidad de posicionar correctamente al sujeto-objeto de la actividad: *el visitante* - turista y excursionista- para una correcta prestación de los servicios.

3.2 Motivaciones de la demanda durante el tiempo libre dedicado al Turismo y la Recreación. Aspectos generales:

El *acto turístico* es un acto motivo, esto es, se orienta a una meta, es propositivo, en el sentido de que sirve, para el sujeto, a un propósito. Tales motivaciones son contingentes, en el sentido de que no son idénticas para todos los sectores de la demanda, e incluso, se combinan dando lugar a un proceso motivacional en el que entran en juego múltiples factores. Los factores que influyen en la elección final de un viaje (destino, temporada, tipo de alojamiento, duración de la estadía, etc.) son una combinatoria de: -la edad del viajero; -su pertenencia a cierta clase social; -su ocupación, rol y status; -etapa del ciclo de vida en que se encuentra; -estilo de vida; -personalidad e imagen de sí; -pertenencia a una cultura, y dentro de ella a determinada subcultura; -su familia de origen (padres, hermanos) y de procreación (cónyuge e hijos); -los grupos a los que pertenece (grupo de pertenencia) o a los que aspira pertenecer (grupos de referencia); -sexo.

Todos estos *factores* dan lugar la estructuración de una *imagen* o representación mental del producto o servicio, que es siempre personal. El proceso de elección por parte del turista-consumidor, supone el entrecruzamiento de un deseo individual que se articula con el discurso imperante en el medio social de referencia. Descifrar las claves de ese proceso es la tarea del investigador del mercado turístico, con el fin de proyectar, planificar y llevar a cabo las acciones necesarias para atraer a los

distintos sectores de la demanda. Ahora bien, estos factores y sus combinaciones darán lugar a los *motivos* de un individuo para realizar o descartar la realización de un viaje. Básicamente, un individuo emprende un viaje debido a ciertos impulsos, deseos y tendencias, a saber:

a) *Deseo de evasión*: porque busca romper con las esclavitudes y servidumbres cotidianas, y con la presión que ejercen sobre él las exigencias provenientes de distintos terrenos.

b) *Deseo de afiliación*: es la búsqueda del contacto con otros individuos, que da lugar a los desplazamientos para conocer otras personas y otras culturas.

c) *Impulso adquisitivo*: se refiere a los viajes o tours de compras, cuyo objetivo es la adquisición de objetos típicos, o bien, de bienes de consumo a precios más accesibles.

d) *Necesidad de tratamiento o rehabilitación psicofísica*: se refiere a los viajes realizados con el fin de llevar a cabo un tratamiento médico determinado, en centros de aguas termales, por ejemplo, o en lugares especializados en la cura y rehabilitación de ciertas patologías, como trasplante de médula, o ciertas adicciones. También se incluyen los lugares donde se realizan tratamientos estéticos, por ejemplo: Spa o Centros de Rehabilitación.

e) *Impulso de autorrealización*: nos referimos a los viajes motivados por el deseo de ayudar, de saber sobre otras culturas, pero es más abarcativo que la simple curiosidad intelectual: es viajar misionando, acercándonos a los más necesitados, al tomar conciencia - como señala Garde Enciso (5) - «...de la obligación que impone a la propia vida, la vida de los demás...».

f) *Necesidad de estima y notoriedad*: a pesar de que el turismo ha dejado de ser una actividad de elite, y se ha constituido en un fenómeno de masas accesible a la mayoría, conserva su poder de ser símbolo de prestigio, como si conservara aún el sello de aquella aristocracia ociosa que viajaba por el mundo. En este sentido, y sobre todo en relación con el turismo exterior, vemos que ciertos individuos toman sus viajes como un modo de acrecentar su estima de cara a los demás.

g) *Deseo de emancipación*: se refiere al viaje que es la ocasión para independizarse de los padres, es el viaje típico de los jóvenes, que se realiza a edades cada vez más tempranas, y que sirve a los fines de ir produciendo o afianzando un desprendimiento en la búsqueda de la autonomía.

h) *Impulso de curiosidad*: es uno de los móviles más motivadores del viaje, que se expresa en el interés por las cosas y el mundo. El viaje abre el horizonte e implica descubrimiento, aprendizaje, confrontación de los códigos y valores propios de la cultura del viajero con la cultura del país visitado. Es un medio ideal para dar rienda suelta a esta pulsión del ser humano presente ya en la infancia, que lo lleva a querer indagar, conocer, manipular, y que a menudo resulta inhibida durante el proceso de socialización del niño.

i) *Seguridad-riesgo*: por último, el turista busca en su viaje un mínimo de seguridades, pero también disfrutará de cierta dosis de riesgo, sobre todo los más jóvenes. Al referirnos a riesgo no estamos hablando de peligro, sino de aquel condimento en donde algo escapa a la planificación y organización absolutas, que a veces resultan para ciertos segmentos condiciones necesarias para el viaje, y en otros, factores inhibidores. Un ejemplo sería el del joven que encuentra atractivo el viajar de mochilero e ir armando el itinerario a medida que va haciendo el camino, sin buscar demasiadas garantías a priori. La interrelación de estas tres variables - oferta, demanda y producto - conforman la actividad del tiempo libre del hombre dedicado al turismo y la recreación, que debe ser entendida como *un sistema o conjunto de partes interrelacionadas que operan sus relaciones en un determinado espacio y tiempo*. Esto permite afirmar que la actividad no puede ser entendida por partes sino que debe ser entendida como un proceso.

3.3. La actividad turística-recreativa y la demanda con capacidades restringidas:

El porqué del análisis de la integración de la PCR durante el tiempo libre en general y su consideración en la etapa educativa ya fue expuesto en 1992 durante el *III Congreso Interdisciplinario sobre Barreras Arquitectónicas y Urbanísticas* donde se ha señalado que:

«...los espacios turísticos deben ser el ámbito del encuentro y de la acción social. Deben constituir armazones que favorezcan la creación de oportunidades para una vida individual y social enriquecida e íntegra. Sin embargo, la falta de planes y profundas razones sociales y económicas han ido afectando esa función social y las han convertido en fuentes de tensión, de divergencia y frustración. Si estas circunstancias son de consecuencias negativas para las personas en plenitud de sus capacidades y sentidos, son de efectos aún más agudos para aquellas cuyas capacidades han sufrido una merma.»

Si como aseveraba Lewis Mumford, ...el idioma y la ciudad son las más altas expresiones de cultura del hombre..., resulta inconcebible que se siga diseñando y usando patrones socioculturales que marginan a importantes núcleos de la población. No solo las ciudades, sino su organización vivencial, ignoran y segregan a los que no concuerdan con el modelo humano adoptado. Estas dificultades son sufridas por la comunidad en su conjunto y crecen en la medida en que nos alejamos del adulto joven de sexo masculino, el que pareciera haberse tomado como modelo arquetípico al proyectar la ciudad como soporte de las actividades turísticas.

Las barreras arquitectónicas, urbanísticas y del transporte son particularmente crueles con *los niños*. El tránsito parece estar concebido en la suposición que el peatón es un remanente de la población motorizada; el niño pierde en este esquema la posibilidad de transitar, de acceder, inclusive de utilizar la ciudad sin el cuidado paranoico de los mayores.

La tercera edad. Su «espacio defendible», el que pueden recorrer sin excesiva angustia, es de escasa extensión y está acotado por la falta de enseres urbanos y toda muestra de que la comunidad los entiende en su peculiar forma de vida (el 12% de la población es mayor de 60 años).

Los discapacitados. De acuerdo a la UNESCO son el 10% de la población. Si solo advertimos en el uso de la ciudad una proporción sensiblemente menor, se debe a la eficacia de las barreras arquitectónicas, urbanísticas y del transporte que marginan e impiden su integración a una vida activa.

Los parientes directos de estos discapacitados. Sólo adjudicando 3 personas por cada discapacitado, se llega a 10.000.000 de argentinos.

Los discapacitados transitorios. Embarazadas, enyesados, discapacitados viscerales.

Todos los agredidos por el ruido, el tránsito y la incomunicación que quiebran el contacto con la naturaleza...». «Desde la óptica de distintas disciplinas se afirma que nos dirigimos hacia una civilización del ocio donde la correcta utilización del tiempo libre del hombre adquiere una importancia fundamental para su desarrollo psíquico y social. La validación contemporánea del tiempo libre y el ocio y su utilización en la recreación y el turismo, nos lleva a proponer un análisis particularizado de la discapacidad permanente o temporaria en el uso de ese tiempo. Pensemos que la educación tiene un importante papel a desarrollar en la difusión de la existencia de las barreras. Creemos que la erradicación de las barreras sólo se logrará con la participación de todas las disciplinas, ya que sería infecundo un análisis del tema que solo describiera soluciones técnicas, pues el verdadero problema- la falta de concientización de la sociedad- seguirá enmascarado...» (6).

3.4 Las barreras humanas, segregación y prejuicio:

Además de las barreras arquitectónicas y urbanísticas que deben sortear las personas con capacidades restringidas, nos encontramos con otras, a las que llamaremos «barreras humanas» y que tienen que ver con la actitud del individuo «sano» frente a ellos. No solo hemos edificado una ciudad tomando como referente al individuo sano y joven, sino que también nos hemos construido un *ideal del yo* de tales características, que rinde un culto a la juventud, al esplendor, al éxito, a la destreza, sea en un plano físico, como intelectual y psicológico. No hay lugar para el deterioro, ni para el fracaso, medido en términos de una «normalidad» cada vez más cercana al perfeccionismo extremo. El cuerpo debe ser perfecto, y estéticamente bello, al igual que su destreza; y lo mismo ocurre en todos los planos de nuestra existencia: no hay lugar casi para la imperfección, ni aceptación del deterioro. Los ideales colectivos operan como *modelo* para el yo, a los cuales éste intentará adecuarse, internalizándolos, y constituyéndose en base a ellos el *ideal del yo* como instancia de la personalidad. Así, se ha construido una cultura en la que todo aquél

que no se amolde a los ideales colectivos, resulta víctima de la segregación y el rechazo, no siempre conscientes, ni voluntarios, pero que se expresan de modos diversos. Los «viejos», los minusválidos, los que están fuera -por un motivo u otro- del proceso productivo, resultan segregados, marginados, rechazados. Ellos encarnan todo aquello que nos resulta doloroso de aceptar en nosotros mismos, y por medio del mecanismo de *proyección*, depositamos afuera. La proyección es «...una operación por medio de la cual el sujeto expulsa de sí y localiza en el otro (persona o cosa) cualidades, sentimientos, deseos, que no reconoce o que rechaza de sí mismo. Se trata de una defensa de origen muy arcaico...» (7). Estos sentimientos de rechazo y segregación han existido en todas las culturas, en distintos momentos históricos, en que se han tomado ciertos subgrupos que resultaron marginados, discriminados y de algún modo perseguidos y apartados de la vida colectiva. Se ha proyectado sobre ellos aquellos aspectos temidos por la mayoría, dando lugar a la exteriorización del rechazo de modos diversos, que van desde el viejo porque es muy viejo hasta la sutil segregación laboral del joven porque es muy joven (e inexperto). Se ha construido un mundo donde todo aquél que no encarna el ideal colectivo es segregado, marginado, apartado. Estamos frente a un Otro que encarna aquellos aspectos temidos y negados de uno mismo y que nos muestra del modo más cruel la decrepitud que no queremos ver, las minusvalías, deterioros e incapacidades. Así diseñamos, planificamos y publicitamos espacios recreativos y turísticos que muestran al hombre joven, atlético, bello, exitoso, en pleno ejercicio de sus capacidades físicas y psicológicas. Ya no sostenemos una supuesta superioridad de unos sobre otros apoyándonos en argumentos que suponen una diferencia biológica, o una inferioridad natural (como quería Aristóteles, respecto de los bárbaros en relación al ciudadano griego), puesto que los mecanismos de la segregación son mucho más sutiles hoy. Nuestros niños consumen héroes todopoderosos que encarnan su ideal, un ideal que no conoce barreras, que todo lo puede, todo lo derriba. El culto al saber de los antepasados, como el de la familia china tradicional hace mucho tiempo que ha dejado de tener vigencia. Nos miramos en el espejo del Otro y cuando en ese espejo aparecen imágenes de la expresión de la propia miseria, el que las recibe se siente amenazado en su estatuto y su identidad. Se quebranta el ideal, paso previo del malestar y la infelicidad. Es como un cuerpo extraño ante cuya presencia reaccionamos de un modo paradójico: sin querer verlo. No es que los odiamos simplemente, los segregamos, debido a que las condiciones históricas han cambiado.

4. Las variables de análisis para un tiempo libre integrador:

Debemos considerar básicamente tres variables al analizar la integración de las personas con capacidades restringidas durante el tiempo libre dedicado al turismo

y la recreación:

- 4.1- Las características del segmento de personas con capacidades restringidas.
- 4.2- La accesibilidad al medio físico.
- 4.3- La calidad en la prestación de los servicios.

4.1- Las personas con capacidades restringidas:

En el espacio cultural urbano y/o rural se desenvuelve un conjunto de visitantes que genéricamente podemos denominar *personas con capacidades restringidas*: este concepto integral involucra a todas aquellas personas -entre otros segmentos se destacan la tercera edad, niños, grupo familiar, discapacitados temporales y permanentes, etc.- que durante el acceso, recorrido o uso del entorno en un medio natural o cultural encuentran algún grado de dificultad para su desplazamiento y requieren la plena accesibilidad al medio físico -arquitectónico, urbanístico y del transporte- junto a la comunicación complementaria necesaria que le permita obtener la plena integración funcional, física y social. Es necesario considerar que: «... *Para el pleno desarrollo de un individuo se necesita potencializar principalmente tres variables: la confianza en si mismo, la independencia y sentimiento de solidaridad en las distintas fases de su desarrollo (individual, de pareja, grupal o social). Lo expuesto plantea considerar tres etapas de integración durante el desarrollo de actividades turísticas y recreativas:*

A- *Una integración física*, que le permita acercarse a otras personas o transitar por cualquier espacio geográfico.

B- *Una integración funcional*, que le permita coordinar los distintos servicios y que no permita una discriminación con las personas sin movilidad restringida.

C- *Una integración social*, utilizando juntos los diferentes servicios y atractivos a través de la cooperación entre las distintas personas intervinientes en el desarrollo de la actividad turística, basándose en sus intereses mutuos...» (8)

Podemos clasificar genéricamente los segmentos según el nivel de minusvalía como:

- *ambulatorios*: son aquellas personas que se desplazan por un espacio físico con algún grado de dificultad, con la ayuda o no de elementos complementarios. Este segmento encuentra dificultades de desplazamiento para salvar pendientes pronunciadas o desniveles por problemas de fuerza como de equilibrio, para recorrer largas distancias sin descansos, etc.; también para acceder al equipamiento urbano inalcanzable por su altura, para sentarse o levantarse por el mal diseño ergonómico de los mismos o por discapacidad, etc. El modelo más representativo por el mayor grado de dificultad que encuentra durante su desplazamiento es la persona en silla de ruedas.

- *Sensoriales*: son aquellas personas que se desplazan con algún grado de dificultad

de percepción, debido a las limitaciones de sus capacidades sensitivas principalmente auditivas o visuales. Este segmento encuentra dificultades durante el desplazamiento y uso por limitaciones de comunicación en el desarrollo de actividades programadas individuales o colectivas. El modelo más representativo por el mayor grado de dificultad que encuentra durante su desplazamiento es la persona no vidente y aquella afectada por la falta de audición.

4.1.2. Valías y capacidades: es importante como encuadre teórico de este ensayo establecer la diferencia entre *valía* y *capacidad*. «...Tradicionalmente encontramos dos conceptos: *discapacidad* y *minusvalía*, muchas veces utilizados como sinónimos, que marginan consciente o inconscientemente a un grupo numeroso de personas. En primer lugar se presenta la necesidad de diferenciar *las capacidades/discapacidades* y *las valías/minusvalías* a fin de comprender que esta problemática social nos involucra a todos y no solo a un grupo reducido de personas.

Las capacidades son cuestiones propias del individuo y hay distintos tipos de discapacidades: las motrices, las visuales, las auditivas, etc. En cambio la «valía» es la relación entre la capacidad de uno y el medio físico que lo rodea. Podemos decir que por un lado las capacidades o discapacidades son temas médicos, y por el otro que las valías o minusvalías son temas de todos porque todos somos minusválidos en algún momento de nuestra vida. A título de ejemplo de esta afirmación podemos decir que:

- un niño es minusválido cuando no alcanza a accionar el disco de un teléfono público,
- una mujer embarazada o un anciano que no puede acceder a su hotel o restaurante por distintos impedimentos físicos (una escalera por ejemplo),
- una persona enyesada o de la tercera edad (corresponde al 12% de la población) carece de equipamiento urbano en los espacios públicos para sus necesidades de descanso,
- aquellos que tienen restricciones motoras, visuales y auditivas -que de acuerdo a la UNESCO son el 10% de la población mundial-, que son poco advertidos debido a la eficiencia de las barreras arquitectónicas y urbanísticas que impiden su integración a la vida activa y que junto con sus parientes directo según estadísticas mundiales afectan en conjunto al 40% de la población mundial...»(9). En el año 1992 la *Organización Mundial de la Salud -OMS-* estableció que existe aproximadamente un 10% de personas discapacitadas en el mundo, lo que permite englobar en este segmento a aproximadamente 500 millones de personas. Este análisis cuantitativo no considera el conjunto de personas que conforman el segmento de personas con capacidades restringidas - ancianos, enanos, niños, discapacitados temporales - mujeres embarazadas, personas enyesadas, etc.-, y llega a un volumen del 40% de la población mundial como fue expuesto en el congreso de 1992. La

Organización Mundial de Turismo -OMT- prevé para el año 2000 un flujo turístico mundial de 660 millones de visitantes, en el cual el segmento por ejemplo de tercera edad tiene un crecimiento significativo y en aumento constante, lo que define en el caso de las PCR un mercado potencial de millones de personas.

4.1.3 El tiempo libre y el Turismo en las personas con capacidades restringidas.

Las personas con capacidades restringidas constituyen un segmento del mercado turístico que el visionario André Leclerc, Director del KEROUL - *Tourisme pour Personnes a Capacité Physique Restreinte*- supo apreciar hace ya quince años al ser uno de los primeros en hablar del turismo sin barreras, como medio de concientización que permitiera la integración de este sector de la población también en otros ámbitos de la vida comunitaria. Su postura es comparable a la del Dr. Ludwig Guttmann, que fue el precursor del deporte para discapacitados, y trabajaba con pacientes afectados de parálisis debido a lesiones de la médula espinal, y que vio en el deporte un modo de ayudar a la recuperación del paciente, y de combatir el tedio de la vida hospitalaria. Su emprendimiento ha dado lugar a los actuales Juegos Olímpicos para Discapacitados, y tuvo repercusiones también en otros ámbitos, por ejemplo, en Japón, luego de que allí se celebraran los Juegos en 1964, el gobierno crea fuentes de trabajo, abre fábricas para que en ellas trabajen los parapléjicos. Se trata de facilitar una toma de conciencia, desde distintos ámbitos, con un doble propósito: por un lado, permitir una mejor calidad de vida al individuo restringido, facilitando su integración a la vida comunitaria en todos los ámbitos, y por otro, no descuidar este segmento del mercado turístico.

Como lo señala Lawrence J-E.Poole, presidente en Canadá del Kéroul: «...*En Canadá, el 15,5% de los 26,9 millones de canadienses, o sea, 4,2 millones de personas, tienen una discapacidad física...*». Y plantea: «... *Yo diría que es algo más que un pequeño hueco del mercado. Nuestra economía depende casi exclusivamente de que el consumidor consuma y la mayoría de los negocios se quejan de una disminución en las ventas. Yo me pregunto quién puede permitirse el lujo hoy en día de perder un 15 ó un 20% de su actividad, quién puede negarle el acceso a un incremento potencial del 15 al 20% en sus beneficios...*» (10)

Si consideramos que, en nuestra clasificación de *personas con capacidades restringidas* incluimos también a la tercera edad, este porcentaje se eleva considerablemente, teniendo en cuenta que el aumento de la expectativa de vida de la población en el mundo, especialmente en los países desarrollados, es hoy espectacular. «...*Según estimaciones de las Naciones Unidas, el número de personas de más de sesenta años se multiplicará por cinco y el de más de ochenta por siete durante el período que va de 1950 a 2025...*»(11)

El anciano no es forzosamente un discapacitado, pero el proceso natural de envejecimiento suele acarrearle algunas dolencias en el plano físico, y ciertas

inseguridades y temores en el plano psicológico que requieren de un trato especial para con él. No estamos hablando *solamente* de construir una rampa, puesto que la accesibilidad es mucho más que esto, del mismo modo en que el Turismo es mucho más que un cuarto de hotel, por mejor adaptado que esté a las necesidades de todos. Básicamente nos estamos refiriendo a una toma de posición que se exprese en medidas concretas, siguiendo a Lawrence Poole (12), cuando nos enseña que:

«...-Cada hueco del mercado es único y como tal debe ser entendido. -El consumidor de turismo, al comprar un intangible, está comprando la sensación de *ser tenido en cuenta*.

- El turismo comprende todo un circuito formado por partes componentes. La falta de una de las piezas del rompecabezas puede llegar a arruinar los planes de negocios o de vacaciones.

- Como cualquier otro segmento del mercado, el subgrupo a que nos estamos refiriendo requiere que se lo cultive...». Para lograr tales objetivos será necesario *conocer* las necesidades de cada subgrupo dentro del vasto segmento compuesto por aquéllos individuos con capacidades restringidas, puesto que los mismos se diferencian en: «...*individuos con deficiencia*:

- *Sensoriales*: por lesión, disminución o pérdida de un sentido.
- *Motores*: por causas neurológicas, musculares, quirúrgicas o traumáticas.
- *Viscerales*: por insuficiencias cardiovasculares y/o respiratorias, renales o enterostomía.
- *Patológicos*: por alergias, epilepsia, hemofilia, psoriasis, enanismo, gigantismo o lepra.

El tipo de discapacidad, y la forma en que afecta la locomoción y la manualidad del sujeto, los diferencia en:

- *Ambulatorios*: con capacidad de locomoción y ambulación independiente.
- *Semiambulatorios*: su capacidad de movimiento y locomoción se halla afectada, y caminan en forma lenta e insegura, con o sin la ayuda de prótesis, bastones o muletas.
- *No ambulatorios*: su capacidad de movimiento y locomoción es muy reducida, apenas pueden pararse y caminar sin ayuda, o bien, totalmente anulada.

Cada uno de estos tres grupos puede conservar, o haber perdido su habilidad manual, dando lugar a :

- *Discapacitados ambulatorios, semiambulatorios y no ambulatorios con o sin actividad manual...* «(13) Así, una embarazada puede ver reducida su capacidad ambulatoria, debido a su estado, sin por ello padecer una incapacidad permanente, lo mismo que el individuo que debe permanecer enyesado a causa de un traumatismo, o el anciano, tal como ya lo señalamos. Todos ellos tendrán necesidades específicas que habrá que conocer como paso previo a la planificación para la prestación de un servicio turístico atento a las mismas, con vistas a la *equiparación de oportunidades*,

proceso mediante el cual se hace accesible a todas las personas con capacidades restringidas los elementos de que gozan todos los miembros de su comunidad. Nuestro objetivo más inmediato será:

Conocer las necesidades de este segmento de la demanda, y las particularidades de cada subgrupo para lo cual es necesario:

Teorizar e investigar en el campo específico

Promover y difundir los resultados alcanzados, para lograr llevar a cabo acciones específicas en *la oferta* brindando mejores servicios que redunden en beneficios para el sector turístico y en *la demanda* integrando a este sector del mercado en una equiparación de oportunidades.

4.2. Accesibilidad al medio físico:

Encontramos dos alternativas para la plena integración de las PCR en el proceso de desarrollo de los espacios turísticos urbanos o naturales considerando la accesibilidad al medio físico, por un lado *un diseño universal integrador* durante la etapa de elaboración del proyecto que permita eliminar las barreras durante el proceso creador de la obra, sea a escala urbana o arquitectónica; y en segundo lugar, una *adecuación del medio* a través del desarrollo de las «prótesis» como un elemento de la creatividad del hombre que permite potencializar la restricción natural del individuo o del medio. Así, tenemos «prótesis arquitectónicas» como las rampas de acceso como complemento a accesos restrictivos (escaleras) y las «prótesis urbanísticas» como es el caso de la incorporación de un equipamiento urbano (como los bancos de plaza) en espacios públicos para personas que no pueden recorrer largos trayectos. Aquí se plantea la imperiosa necesidad de una estrategia que permita *la plena accesibilidad al medio físico* como respuesta a esta situación.

4.2.1. Los puntos de conflicto: genéricamente se han definido los puntos de conflicto en espacios culturales y naturales que tienen las PCR:

«... * *Los espacios verdes* (Plazas y parques), en la estructura urbana (Obras de saneamiento, cruces peatonales y vehiculares, etc.), en el **mobiliario urbano** (luminarias, bebederos, bancos, etc.).

* *Los edificios*, en los que podemos destacar los destinados a **alojamiento hotelero** y **extrahotelero**, las instalaciones para **gastronomía** (Bares, confiterías y restaurantes), y las instalaciones para el desarrollo de **actividades culturales** como museos y salas de espectáculos.

* *Las instalaciones para actividades científicas* (Congresos y convenciones) se suman a las instalaciones para el desarrollo de **actividades recreativas - deportivas** como estadios y sus espacios complementarios (vestuarios, gimnasios, etc.). Estos son los ejemplos más significativos de este segmento.

* *El desarrollo de actividades lúdicas* en áreas naturales (Montañas, playas y

ríos) y en áreas urbanas (zoológicos, casinos y discotecas) impiden por su conformación el acceso a estos atractivos.

* La variable **transporte** también presenta situaciones de conflicto en el caso de terminales, accesos y áreas de estacionamiento, junto con los medios específicos de transporte aéreo, marítimo, terrestre y fluvial.

* La falta de **capacitación** se hace evidente en las falencias observadas en la atención de este tipo de turista por parte del personal de los establecimientos relacionados con la actividad turística, tanto en el caso de reserva de pasajes como al brindar información sobre instalaciones y equipamiento especialmente preparado para él.

* En el caso de la **información y publicidad** la carencia de la primera en los medios gráficos, principalmente guías y folletos turísticos, demuestra la falta de conocimiento de esta problemática...». (14)

4.3. La calidad en la prestación de los servicios:

Esta tercera variable considera:

«...el desarrollo de la actividad comercial plantea hoy genéricamente dos variables tradicionales para lograr la satisfacción de los clientes: **calidad de los servicios y un precio accesible**.

¿Qué se entiende hoy por calidad? Existen varias definiciones de calidad que han ido cambiando con el tiempo, o bien se adaptan a distintos enfoques, pero desde la óptica turística podemos considerar que la calidad debe ser entendida como la dedicación de la empresa para optimizar la calidad en beneficio de una mayor eficiencia en la prestación de los servicios a fin de obtener la satisfacción del cliente.

Debemos considerar que ante la actual competitividad en todos los campos de la actividad, la diferencia entre una empresa y otra es la calidad en la prestación de los servicios y junto al precio, siendo la primera la variable que determina muchas veces, la elección de un prestador de servicios.

Es importante partir de la premisa que el objetivo no es mejorar la calidad sino lograr la satisfacción de los clientes. que este es un proceso continuo por parte de la empresa prestadora de servicios para mejorar en todos los niveles de la misma los requerimientos de los clientes en forma eficiente y efectiva, ya que debemos tener en cuenta que la prestación de los servicios debe ser considerada como un fenómeno de referencias por parte de la demanda.

En la actual situación de competitividad la calidad la mide el cliente lo cual obliga a desarrollar estrategias que permitan diferenciarse y que podemos sintetizar como:

- 1- Anticiparnos a lo que el cliente va a necesitar.
- 2- Darles un poco más para ganar su lealtad.

3- *Medir constantemente su satisfacción*

4- *Capacitar al personal para la prestación de los servicios.*

En esencia, lo que aquí se plantea no es hacer mas cosas, sino hacer las cosas de manera diferente. en el campo empresario la excelencia del servicio o la satisfacción de las necesidades de una demanda es no considerar al conjunto como «un cliente» sino que se subdivide en tantos clientes como segmentos de servicios préstamos. Cada una de ellos con necesidades comunes (precio justo, calidad del servicio, servicio en el menor tiempo, seguridad, respeto, confiabilidad) y distintas (las características del comportamiento y conductas de cada segmento).

*El objetivo de satisfacción del cliente debe ser de crecimiento continuo hasta lograr que el 100% de la demanda esté satisfecha y **que esta satisfacción esté dicha por ellos y no por los prestadores del servicio**, porque históricamente la calidad se consideraba en base a la conformidad de las especificaciones dadas por el prestador de servicios, cuando hoy la calidad la establece la demanda.*

Uno de los grandes miedos es la información del cliente en la posventa o luego del consumo del servicio: ¿el servicio que recibió es el que esperaba?, ¿sugiere algún cambio en los servicios que tuvo?, ¿tiene alguna sugerencia sobre el personal que lo atendió?

Son preguntas que generalmente no se realizan porque pueden llevar a la luz respuestas que se sabe no son las deseadas por el prestador. se plantea hoy la necesidad de crear una filosofía empresaria que comprometa a todos los participantes de la empresa desde los puestos gerenciales hasta la mano de obra menos calificada...» (15).

La interrelación de este sistema -conocer la demanda/ accesibilidad al medio físico/ calidad en la prestación de servicios- conforma un conjunto que debe ser analizado desde el proceso educativo de los futuros prestadores de servicios como una alternativa real de mejora de la calidad de vida de las PCR.

5. Un modelo educativo:

Se plantea desarrollar en esta etapa del ensayo una estrategia educativa con el grupo humano relacionado con las actividades turísticas y recreativas, específicamente con los prestadores de servicios, que permita promover la plena integración de las personas con capacidades restringidas durante el tiempo libre.

*Encontramos dos líneas de acción, una a través de la *educación formal* introduciendo la problemática de la accesibilidad en el plan de estudios en los niveles de enseñanza de grado y postgrado universitario y a través de la *educación no formal*, para la comunidad en su conjunto, con campañas de concientización diferenciadas a los distintos sectores de la sociedad. Dado lo amplio del tema a analizar en este*

caso consideraremos sólo la variable de la educación formal en el nivel de enseñanza de grado.

5.1. Educación formal:

La educación formal a través de las distintas disciplinas pedagógicas debe converger a un objetivo común: establece un proceso de enseñanza-aprendizaje que permite al educando la toma de conciencia de los valores y responsabilidades hacia los distintos actores de la actividad, como de sus limitaciones y oportunidades, por lo cual se plantea la necesidad de formarlo y capacitarlo, acercándolo al fenómeno e interpretando las consecuencias de esta temática sobre la actividad. Investigaciones recientes muestran que la evolución del mercado de trabajo tiende hacia la generación de una demanda de profesionales que posean una sólida formación general y flexible. Los principales puntos a considerar para la formación de estos profesionales son:

- 1- Capacidad de pensamiento teórico y abstracto.
- 2- La posibilidad de pensar estratégicamente, planificar y responder creativamente a situaciones nuevas.
- 3- La posesión de una comprensión global del proceso tecnológico fortalecido por una sólida formación lógico-matemática e informática.
- 4- Autonomía en la toma de decisiones y disciplina en el trabajo.

Los objetivos pedagógicos para la integración de las PCR durante el tiempo libre serán:

La política educacional orientada al turismo: esta rama de la pedagogía debe promover su inserción en los niveles de enseñanza de postgrado y grado, en este último caso en sus distintas modalidades (Licenciatura, técnico y guía de turismo, etc.).

La psicología educacional: esta rama de la pedagogía debe promover la integración del educando durante su proceso de aprendizaje.

La didáctica: esta disciplina pedagógica cuyo objetivo es la planificación, conducción y evaluación del aprendizaje debe insertar los contenidos graduados, seleccionados y programados a fin de facilitar el aprendizaje, estableciendo los métodos, técnicas, recursos auxiliares y las actividades para la materialización de este objetivo.

5.1.1. Un modelo didáctico:

El desarrollo de un modelo didáctico comprende la interrelación de las variables de la comunicación, el método educativo y los contenidos. Como primer punto se debe establecer un sistema de comunicación docente-educando que responda a un proceso lineal que se estructura a fin de motivar al educando; donde encontramos un motivador (el que quiere transmitir el mensaje), un emisor (el docente), un mensaje, un canal de distribución, un receptor (el educando) y un *feed-back* o retorno

continuo.

El segundo punto de este modelo es que se requiere de un método educativo. Un método es un conjunto sucesivo y ordenado de actos u operaciones, estructurado en base a un pensamiento estratégico, que permiten al individuo a través de interrelaciones llevar a cabo el proceso de adquisición del conocimiento para el desarrollo de la actividad profesional. Esta estrategia del intelecto no es más que una secuencia de etapas lógicas de un proceso de toma de decisiones para la formulación de acciones orientadas en este caso a la plena integración de las personas con capacidades restringidas. Para esto se definen cinco etapas fundamentales: política, relevamiento, diagnóstico, pensamiento estratégico, planificación estratégica.

1- *Política.* Podemos definir esta etapa del método como *el objetivo futuro y deseado hacia el cual se orienta una comunidad dada*. Esto nos lleva a enunciar con claridad él o los objetivos, definir el sujeto de nuestra acción y establecer un plazo para la materialización del mismo.

2- *Investigación.* Corresponde a una de las etapas más importantes del proceso y corresponde al inventario y análisis de la información para la instrumentación de las futuras líneas de acción. En esta etapa una vez fijados los alcances de la investigación, se formularán las hipótesis a verificar que permitirán orientarnos en la búsqueda de la información. Esto nos lleva a plantear la selección de la técnica más conveniente para la verificación de las hipótesis planteadas y permitirá lograr este objetivo la utilización de distintas variables de la actividad turística: la estadística, la economía, ambiental, política, social y psicológica. El análisis posterior debe ser entendido como la descomposición del conjunto en partes a fin de su evaluación particular y global para una mejor comprensión del sistema.

3- *Diagnóstico.* Esta etapa considera las conclusiones del análisis que interrelaciona las distintas variables de tal manera que permita el conocimiento de todos los aspectos estructurales y coyunturales para el desarrollo de la actividad. El diagnóstico para ser tal debe ser intencionado ya que no es sólo la mera descripción de los hechos, sino la explicitación de las causas que origina los mismos. De esta etapa comienza a emerger la filosofía que permite la elaboración de una estrategia competitiva ya que permite distinguir claramente una diferencia básica de los objetivos propuestos: el futuro deseable y el futuro posible que nos da la realidad.

4- *Pensamiento estratégico.* Concepto cuya base es fundamentalmente el *conocimiento*, con una visión prospectiva integral para la materialización de los objetivos a fin de lograr la inserción de todos los actores de la actividad a través de la plena integración durante el tiempo libre; que requiere de la necesidad de establecer un nuevo enfoque del mismo, basado en la relación de cuatro variables: *investigación, intuición, creatividad e innovación*.

5- *Planificación estratégica.* En esta etapa debemos determinar sobre la base de la

política propuesta líneas de acción a seguir, las cuales se traducen en planes y programas de desarrollo físico y sectorial.

Conviene subrayar que el método propuesto está fundado en el reiterado concepto de multidisciplinariedad, en la coherente coordinación de los conocimientos existentes en cada campo disciplinario.

El tercer punto del modelo son los contenidos educativos en cada nivel, que deben tener como condición representar los conceptos más importantes y actualizados de la disciplina, presentados de forma rigurosa y sistematizada, siguiendo las etapas de maduración del educando; deben ser secuenciales en tiempo y espacio y útiles para su desarrollo futuro.

Se debe plantear que el educando tenga un dominio cognoscitivo del campo de la actividad turística, dándole los elementos de formación necesarios para el conocimiento del fenómeno mediante un orden y un procedimiento integrador de las materias específicas y de los recursos turísticos y recreativos. En el campo afectivo se debe tender a impulsar que el alumno se identifique con la problemática, que se sienta parte integrante de la cultura de su comunidad, a fin de mejorar la calidad de vida de las PCR.

Las condiciones que debe reunir este proceso didáctico son de *unidad* (de los contenidos propuestos, de los procedimientos didácticos y de las actividades de los alumnos), *continuidad* (todas las etapas que se plantean deben ser graduadas), *flexibilidad* (debe permitir reajustes, sin alterar la unidad y la continuidad), *claridad* y *precisión* (las indicaciones deben ser precisas y la terminología debe evitar la ambigüedad).

5.1.2. La inserción de la temática de la integración de las personas con capacidades restringidas durante el tiempo libre en este proceso educativo de grado universitario:

Objetivos: se plantea como objetivo general establecer un conocimiento del sistema turístico -oferta/demanda/productos turísticos- y su relación con las personas con capacidades restringidas. Conocer los puntos de conflicto que se presentan por un lado en el caso de la accesibilidad al medio físico, y por otro en la prestación de los servicios. Se debe establecer como un contenido más de la materia, ya que no se plantea su estudio y discusión como una variable principal de la actividad turística sino como una variable complementaria pero necesaria a tener en cuenta en el proceso de desarrollo de un destino turístico.

Contenidos: se pretende instruir al educando sobre la base de la participación en el proceso que hace posible el establecer un conocimiento sobre la integración de las personas con capacidades restringidas durante el uso del tiempo libre dedicado al turismo y la recreación, ya que partimos conceptualmente, de acuerdo con Jorge Barroso cuando dice que

«...conocer es una cierta relación del hombre con el mundo que lo entorna -

natural o cultural- y que:

... no es información; si lo fuera, el sólo hecho de asistir a una conferencia o leer un libro nos haría receptores pasivos de conocimiento,

(...) el conocimiento no se trasmite, se transmite únicamente información que es necesario elaborar, analizar y comprender para que cada uno (en su interioridad) sea el productor de su propio conocimiento.

... todo conocimiento es relativo y provisorio. Por ejemplo, sabemos que en un tiempo se definía a la tierra como plana, más tarde como una esfera; luego como un geoide. Pero el planeta no cambió, cambió el conocimiento que se tenía sobre él. Lo importante es la capacidad de conocer...». (16).

Los conocimientos tienen que ser elaborados por el alumno a partir de la estimulación del educador. Debemos analizar las ideas más importantes de esta temática, sistematizadas, con contenidos accesibles al educando según su maduración, y deben tener significación porque si no despiertan interés, pueden provocar rechazo. Los contenidos deben ser útiles, aplicables a otras situaciones a fin que no se olviden, deben promover la imaginación y la creatividad; y deben ser secuenciales, con un orden horizontal en relación con el resto de los contenidos de la materia, y verticales en relación entre los años de la carrera.

Los **contenidos máximos** deseables son:

- a- el conocimiento de las situaciones de conflicto que se presentan.*
 - a.1- desde la óptica de las barreras físicas arquitectónicas, urbanísticas y del transporte;*
 - a.2- desde la óptica de la prestación de los servicios en las distintas áreas de la actividad -alojamiento, gastronomía, recreación, agencia de viajes, etc.;*
 - a.3- un conocimiento de los hábitos y costumbres de la demanda con capacidades restringidas;*
- b- las alternativas para modificar estas situaciones de conflicto;*
- c- que el educando actúe como agente multiplicador en el proceso de toma de conciencia de esta problemática.*

Los **contenidos mínimos** exigibles son:

- a- un dominio de los conceptos y la terminología relacionados a la temática,*
- b- una toma de conciencia sobre la existencia de los conflictos para este segmento de la demanda.*

A partir de una secuencia psicológica es importante estudiar los hechos o situaciones más cercanas a la realidad del educando y luego las variables más lejanas a su espacio de desarrollo personal y profesional.

Recursos auxiliares. Se plantea estructurar la enseñanza a partir de la simbología oral - la palabra como agente comunicador-; la experiencia directa (visita a un

espacio cultural y natural para un análisis y diagnóstico de las situaciones de conflicto), e indirecta (por medio de material didáctico conferencias, libros, videos, etc.).

Metodos y procedimientos didácticos: Se propone un proceso de enseñanza en base experiencias grupales, con trabajos de gabinete y de campo.

5.2. El caso de la Escuela de Turismo de la Universidad del Salvador:

5.2.1 La Carrera de Licenciado en Turismo

Si consideramos este modelo didáctico en la Escuela de Turismo de la Facultad de Historia y Letras de la Universidad del Salvador a partir del Plan de Estudios de la Carrera de Turismo se puede observar que la interrelación vertical de determinadas materias potencializaría un proyecto educativo para conocer esta problemática.

El proceso educativo de grado desde primero a cuarto año en la Escuela de Turismo encuentra una estrecha relación pedagógico-temática principalmente entre las materias:

- a- *Introducción al Turismo* en primer año.
- b- *Psicología y Sociología aplicadas al Turismo* en tercer año.
- c- *Política de Turismo Argentino* en cuarto año.
- d- *Planeamiento y Proyectos Turísticos* en cuarto año.

La relación entre estas materias está dada por un eje educativo que sienta las bases teóricas y metodológicas que permiten al educando contar con un conocimiento científico para el desarrollo de estrategias para la potencialización de la actividad turística de un destino o producto turístico desde la óptica física y de las actividades. Los **contenidos mínimos** de cada materia son:

a- *Introducción al Turismo:* busca lograr que el educando conozca los elementos de la actividad turística y comprenda la importancia de la investigación como eje fundamental del conocimiento científico, orientándose entre otros puntos

- 1- Conocer la incidencia del turismo y la recreación en el tiempo libre del hombre.
- 2- Conocer las variables que interactúan durante este tiempo dedicado al turismo y la recreación desde la óptica social, política, ambiental, cultural y psicológica.
- 3- El conocimiento de las bases metodológicas para el desarrollo de un relevamiento turístico de un destino turístico.

b- *Psicología y Sociología aplicadas al Turismo:* en tercer año, que tiene como objetivo un conocimiento de las características de los grupos humanos que intervienen en la actividad turística, conociendo sus motivaciones y tendencias. Considera los siguientes puntos básicos:

- 1- Conocer en base a qué factores se estructuran los motivos que orientan la

conducta del turista-consumidor.

- 2- Para esto, es necesario teorizar e investigar por medio de la utilización de técnicas cualitativas.
- 3- Promover ese saber con la participación activa del alumno.
- 4- En definitiva, introducir al educando en la problemática del conocimiento del individuo en general y de la demanda turística en particular como un todo que forma un proceso.

c- *Política de Turismo Argentino*: en cuarto año, que tiene como objetivo que el educando conozca el rol del turismo en la política de desarrollo de la República Argentina y que le permita establecer con claridad objetivos para el desarrollo de esta actividad, haciendo hincapié en los siguientes puntos básicos:

- 1- Conocer los conceptos teóricos e históricos de la actividad turística y su relación con la política de desarrollo turística.
- 2- Analizar desde un punto de vista interdisciplinario las teorías políticas de desarrollo turístico.
- 4- El estudio de los distintos casos de políticas de desarrollo turística instrumentados en distintos espacios turísticos (centros, provincias, regiones, etc.).

d- *Planeamiento y Proyectos Turísticos*: en cuarto año, que tiene como objetivo que el educando cuente con una teoría y una metodología que le permita instrumentar un planeamiento estratégico integral para el desarrollo de un destino turístico. Se consideran los siguientes puntos básicos:

- 1- Conocer los conceptos teóricos e históricos de la planificación turística en la República Argentina.
- 2- Analizar los distintos modelos de planificación turística nacionales e internacionales.
- 3- Analizar desde un punto de vista interdisciplinario las teorías, métodos y técnicas para un conocimiento integral de la planificación del turismo.
- 4- Analizar las distintas técnicas para el ordenamiento del territorio turístico y de las actividades que allí se desarrollan, de los elementos que lo componen y de las relaciones que entre ellos se generan a fin de poder identificar, formular y evaluar proyectos turísticos.

El dictado de las asignaturas se estructuran en base a la siguiente modalidad:

- 1- Clases teóricas expositivas.
- 2- Trabajos de campo y de gabinete coordinados por la cátedra que en base a premisas o hipótesis de trabajo elaborará trabajos de investigación que llevarán al posterior debate conjunto de las conclusiones del mismo.
- 3- Invitación a especialistas que desarrollarán distintos temas del programa analítico de la asignatura.

4.2.2. La inserción de la temática de la integración de las personas con capacidades restringidas en este proceso educativo. A partir de la interrelación del modelo didáctico y de las materias detalladas del plan de estudios de la carrera de grado de la Escuela de Turismo, proponemos el siguiente proceso educativo para esta temática:

a- Introducción al Turismo

1- Política:

1.1- Conocer los conceptos teóricos y lingüísticos de los términos: integración, barreras arquitectónicas, urbanísticas y del transporte, valías/minusvalías, capacidades/discapacidades, accesibilidad al medio físico, personas con capacidades restringidas, etc.; relacionando estos conceptos con el tiempo libre destinado al turismo y la recreación.

1.2- Conocer la problemática de las barreras en el medio físico y las soluciones para la accesibilidad a un entorno dado.

2- Relevamiento:

· Primera Etapa: En un trabajo de campo se analiza la situación personal del alumno para el acceso, recorrido y uso del entorno cultural o natural, para lo que se pone a disposición de los alumnos distintos elementos (sillas de ruedas, bastones, muletas, coches de bebés, antifaces, etc.), a fin de que experimenten en un espacio urbano -un trayecto de tres cuadras- o natural las diversas situaciones que se generan por las barreras arquitectónicas, urbanísticas y del transporte en una serie de actividades cotidianas como pasear por una calle peatonal, acceder a un establecimiento recreativo -cine, discoteca, teatro, etc.- a un ómnibus, etc., en un medio cultural o por ejemplo realizar una excursión con un circuito peatonal en una reserva natural.

· Segunda Etapa: en una clase se exponen por medio de material audiovisual algunas de las soluciones a la problemática analizada.

3- Diagnóstico:

En función del recorrido expuesto, el alumno realiza un diagnóstico de las barreras arquitectónicas, urbanísticas y del transporte que se detectan en el espacio urbano o natural.

4- Pensamiento estratégico: A partir del diagnóstico se plantean los aspectos claves de una adecuación del entorno y un análisis de las posibles soluciones a través de las dos alternativas: un diseño universal integrador o una adecuación del medio.

5- Planificación estratégica: Se establece un estudio de factibilidad para materializar la plena accesibilidad de ese espacio considerando las variables económicas y normativas.

b- Psicología y Sociología aplicada al Turismo

1- Política:

1.1- Conocer comportamiento, motivaciones y tendencias de la demanda con

capacidades restringidas.

- 1- Relevamiento: Con la invitación de distintos especialistas en una jornada de trabajo se desarrollarán temas de comportamientos, hábitos y costumbres de los distintos segmentos relacionados con esta temática mientras hacen turismo o recreación. (Tercera edad, grupo familiar con bebés, discapacitados temporales, etc.).
- 2- Diagnóstico: En función de la jornada de trabajo, el alumno realiza un diagnóstico de las situaciones de conflicto que se generan en los casos expuestos por los representantes de los segmentos que disertaron y establecerá distintas soluciones posibles a cada situación planteada.
- 3- Pensamiento Estratégico: A partir del diagnóstico se plantean los lineamientos básicos para un correcto conocimiento de cada subsegmento de este grupo de la demanda.
- 4- Planificación Estratégica: Se elaborará un trabajo anual de compilación de experiencias y estudios sobre cada subsegmento de este grupo de la demanda a los que se incorporarán a un banco de datos para consulta del alumnado de los años siguientes.

c- Política de Turismo

1- Política:

1.1. Conocer las variables relacionadas con la calidad de la prestación de servicios en la actividad turística y recreativa como parte de una política de desarrollo turístico. Analizar el caso particular de la demanda con capacidades restringidas.

1.2. Analizar la relación prestador de servicio/cliente con capacidad restringida en una serie de establecimientos relacionados con la actividad turística y recreativa.

- 2- Relevamiento: En un trabajo de campo -que puede ser el espacio urbano utilizado en el trabajo de campo realizado en la materia Introducción al Turismo-se analiza la situación de un conjunto de personas con capacidades restringidas durante el acceso, recorrido y uso de un establecimiento relacionado con la actividad turística y recreativa (alojamiento, gastronomía, agencia de viajes, etc.), a fin de que experimenten las diversas situaciones de conflicto que se generan por el desconocimiento del trato hacia este segmento de la demanda (por ejemplo el acceso, recorrido y uso desde el ingreso a un hotel hasta el uso de la habitación de una persona con discapacidad motriz, un discapacitado sensorial y su relación con el servicio gastronómico).
- 3- Diagnóstico: En función del trabajo expuesto, el alumno realiza un diagnóstico de las situaciones de conflicto que se generan durante la prestación del servicio y establecerá distintas soluciones posibles a la situación planteada.

4- Pensamiento Estratégico: A partir del diagnóstico se plantean los lineamientos básicos para una correcta prestación de servicios en el rubro analizado.

5- Planificación Estratégica: Se establece un estudio de factibilidad para materializar la correcta prestación de los servicios en el rubro analizado (se elaborará un manual

técnico sobre cada rubro).

d- PLANEAMIENTO Y PROYECTOS TURISTICOS

1- Política:

1.1. Conocer las variables teóricas y metodológicas para una estrategia de comercialización y comunicación para este segmento de la demanda.

1- Relevamiento: Se realizara un estudio comparativo entre los costos de una oferta turística o recreativa de un destino para un contingente de personas válidas y para un contingente de personas minusválidas.

2- Diagnóstico: En función de la oferta establecida, el alumno realiza un diagnóstico sobre costos-beneficios del paquete ofrecido.

3- Pensamiento Estratégico: En un trabajo de gabinete se analizara en base a los modelos y sistemas de comercialización y comunicación una estrategia para los operadores turísticos y el destino a fin de conformar una oferta para las PCR.

4- Planificación Estratégica: Se establece un estudio de factibilidad para materializar una oferta competitiva para ese destino turístico o recreativo con paquetes para PCR.

6- Conclusión:

Definir «un modelo» en este caso educativo y orientado a los futuros prestadores de servicios turísticos y recreativos implica establecer «un punto de vista» que determina una forma de entender la realidad. La realidad actual en el campo profesional, altamente competitivo, requiere la mejor calidad en la prestación de los servicios a la comunidad - población residente y visitantes- en el medio cultural -urbano y rural- en el cual la actividad se desenvuelve. Deseamos establecer con este trabajo una concepción de esta temática orientada y no su discusión en forma espontánea; creemos que este punto de vista permitirá una reelaboración y nuevas propuestas enriquecedoras para capacitar a los prestadores de servicios relacionados con las actividades del hombre durante su tiempo libre. Incorporar en el proceso de grado la discusión sobre la plena integración de las personas con capacidades restringidas permite comenzar a eliminar la principal de las barreras: el desconocimiento, y construir un proceso que permita materializar un tiempo libre dedicado al turismo y la recreación para todos.

Notas

- (1) STAFFAN B. Linder. *La acosada clase ociosa*, Buenos Aires, Sudamericana, 1983.
- (2) STAFFAN B. Linder. Op. cit.
- (3) ROGER, Sue. *El ocio*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982.
- (4) *Plan Federal de Marketing Turístico: Consideraciones preliminares*. Comisión de Marketing Turístico. CONSEJO FEDERAL DE TURISMO. 1992.
- (5) GARDE, Enciso. «Comportamiento turístico en el contexto español», en *Estudios*

Turísticos, Madrid.

- (6) III CONGRESO INTERDISCIPLINARIO SOBRE BARRERAS ARQUITECTONICAS, URBANISTICAS Y DEL TRANSPORTE - «TIEMPO LIBRE: TURISMO Y RECREACION». Documento de Base. Noviembre de 1992.
- (7) LAPLANCHE y PONTALIS. *Diccionario de Psicoanálisis*, Buenos Aires, Labor, 1981.
- (8) GRÜNEWALD, Luis. «Calidad turística: Pautas para un turismo accesible», en *Turismo para todos*, Buenos Aires, Fundación Delia Lascano de Napp- Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos. 1996.
- (9) BARROSO, Jorge y GRÜNEWALD, Luis. «Turismo accesible: una propuesta educativa», en *Turismo accesible: reflexiones y experiencias en el campo de la accesibilidad*. Buenos Aires, Fundación Delia Lascano de Napp- Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos. 1996.
- (10) POOLE, Lawrence J. E. «Un mercado de millones: Las necesidades del viajero minusválido», en *Turismo accesible: Reflexiones y experiencias en el campo de la accesibilidad*, Buenos Aires, Fundación Delia Lascano de Napp- Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos. 1996.
- (11) *El Correo de la Unesco*. «Un mundo que envejece. Datos y cifras». Octubre de 1982.
- (12) POOLE, Lawrence J-E. Poole. «Un mercado de millones: Las necesidades del viajero minusválido», en *Turismo accesible: reflexiones y experiencias en el campo de la accesibilidad*, Buenos Aires, Fundación Delia Lascano de Napp- Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos. 1996.
- (13) AMENGUAL, Clotilde. «Pautas de diseño para la accesibilidad al medio físico en espacios turísticos», Junio 1994, documento 02., Buenos Aires, Fundación Delia Lascano de Napp- Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos.
- (14) GRÜNEWALD, Luis. «Pautas de diseño para la accesibilidad al medio físico en espacios turísticos», Junio 1994, documento 02, Buenos Aires Fundación Delia Lascano de Napp- Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos.
- (15) GRÜNEWALD, Luis. «Calidad turística: Pautas para un turismo accesible», en *Turismo para todos*, Buenos Aires, Fundación Delia Lascano de Napp- Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos. 1996.
- (16) BARROSO, Jorge R. «Percepción y conocimiento». Texto de Cátedra. Metodología de la Investigación, Facultad de Arquitectura, Universidad de Morón. 1994.