



**LA PROBLEMÁTICA DE LA INVISIBILIDAD DE LAS PRACTICAS TURISTICAS
PARA LA TERCERA EDAD EN LA CIUDAD DE LA PLATA**

Directora de Tesis: Lic. Carina del Carmen Ferrer

Alumno: María del Luján Ramón. Legajo N° 72192-0

e-mail: *maritaramon2007@gmail.com*

RESUMEN

La Tesis de Grado de la Carrera de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de La Plata que se presenta investiga las prácticas turísticas de los Adultos Mayores de 65 años y más de la ciudad de La Plata. Para ello se recuperan, a través de entrevistas y cuestionario recuerdos y motivaciones referidas a sus viajes, como modo de recuperar su visibilidad. Asimismo se describen los inconvenientes y/o barreras que se presentan en la actualidad para estos sujetos a la hora de planificar un viaje. Se propone como importante recuperar la subjetividad del viajero por ello la necesidad de revisar y considerar estos aspectos de la individualidad en la organización de prácticas turísticas dirigidas a la tercera edad.

Palabras Clave: practicas turísticas, Adultos Mayores, Viajes, Motivación, Recuerdos Barreras, Innovación.

INDICE

CAPITULOS	pág.
INTRODUCCIÓN	1
PROBLEMA	4
OBJETIVOS PROPUESTOS	6
CAPITULO I	
1 ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO	
Turismo: definición	7
Los Paradigmas	7
Tipologías Turísticas	8
Los viajeros como potenciales turistas	9
2 PRACTICAS TURISTICAS, OCIO, USO DEL TIEMPO LIBRE Y SU APORTE A LA SALUD INTEGRAL DE LOS ADULTOS MAYORES	
El Sistema Social	12
El Ocio y la Evolución Turística	12
3 ACTIVIDAD TURISTICA Y CONSUMO	
Demografía y Consumo	15
Oferta y Consumidor	16
Posturas sobre el Turismo como Viaje Rentado	17
El Sistema, el Marketing y la Empresa Turística	17
4 TURISMO Y ENTORNO MUNDIAL ACTUAL	
El Turismo y los Intereses Geopolíticos	19
La Globalización y el Turismo	19
La Política Turística y Adultos Mayores	21
CAPITULO II	
1 TURISMO PLATENSE, UN POCO DE HISTORIA	
De los Años ´40 a la Actualidad	24
El Turismo Hoy	25
Contextualización de la Generación. De los Niños de los ´40 a los Adultos Mayores Argentinos	26
2 LOS PREJUICIOS, LA INVISIBILIDAD Y EL EMPODERAMIENTO COMO RESPUESTA	
El Prejuicio	28
La Invisibilidad	29
El Empoderamiento	30

3 ASPECTOS PSICOSOCIALES DEL VIAJE DE LOS ADULTOS MAYORES

EL PRE VIAJE

De la Nostalgia a la Personalización de los recuerdos **32**

Personalizar Recuerdos y Motivación **34**

EL VIAJE

Los Sistemas para el Viaje **35**

El Motivo del Sistema es el Viaje **36**

CAPITULO III

1 DISEÑO, METODOLOGIA Y ANALISIS

Diseño **37**

2 SINTESIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Entrevistas **40**

Variables Generales y Cuantificación **41**

Cuadro Sinóptico: Resumen Cuantitativo de los Caminos del Cuestionario **45**

Viajeros Fuera de su Lugar de Residencia Habitual **46**

El Lugar Especial **48**

Viajeros que Vuelven y no **50**

Los que no han Viajado **51**

CONCLUSIONES **53**

BIBLIOGRAFÍA **61**

ANEXOS

Cuestionario **2**

Guión de las entrevistas **4**

Entrevistas en Profundidad **5**

Parámetros Centrales y Dispersión Poblacionales

Medidas de Partición **8**

Tabla en Extenso del Lugar más Recordado según

País de Mención **10**

Agradecimientos

Deseo agradecer a mi Directora de Tesis quien me brindado magnánimamente su espacio propio, experiencia, paciencia y comprensión, a mi familia y amigos a los cuales retaceé tiempo y a pesar de ello me brindaron su apoyo alentándome, a los Profesores de la Carrera que han dado lo mejor de su conocimiento y juicio, a mis compañeros de derrotero por las aulas que a pesar de la diferencia de edad me han aceptado como uno más y entre los cuales he encontrado amigos.

Asimismo debo agradecer a quienes de modo muy generoso me dispensaron su tiempo para realizar tareas de campo Pastormerlo J, Vincentti A, Hautre A, Barragán J.

INTRODUCCIÓN

La investigación se propone revisar las prácticas de los viajes de los adultos mayores describiendo el sentir y pensar de este grupo poblacional de mayores de 65 años platenses respecto de las motivaciones que los moverían a realizarlos considerando que en la organización turística actual existe una invisibilidad social de esta franja etaria.

El concepto de invisibilidad social es para J. C. Bourdin “Una reflexión crítica del estado ‘normal’ de cosas que implica tomar partido por la existencia mutilada y desclasificada de los excluidos, los subalternos, los sin trabajo, los pobres, los pordioseros, los vigilantes, las empleadas domésticas, las amas de casa que están presentes pero no existen, y son violentados por agendas discriminatorias de lo que es visible y audible en la sociedad moderna.”

La invisibilidad de los adultos mayores por parte de la sociedad en general hace que en los tiempos actuales y por las características socio-culturales de la comercialización turística vigente, basada en la competitividad y el marketing, no se tome en cuenta las características propias de este grupo etario y las diferencias individuales.

La recuperación de la visibilidad supone considerar los recuerdos y motivaciones, que los moverían a realizar viajes, fomentando desde el turismo la política de empoderamiento de este grupo.

Las personas de edad avanzada poseen en algunos casos una imagen desvalorizada y marginal que socialmente se les asigna, pero el mundo tiene lugares que para estas personas poseen un significado trascendente, ya sean por sus recuerdos o por el deseo de concretar viejas aspiraciones en un futuro que se les presenta próximo.

La pretensión es escribir sobre la práctica turística y abordarla desde un ángulo distinto, para ello se desplazará la óptica de la concepción más utilizada de objeto de consumo, a otra de índole humanística y personal.

La visión atenderá a las motivaciones personales, a partir de la edad en que los sujetos, ya alcanzada la jubilación, se encuentran sin obligaciones laborales, con la posibilidad de poder concretar viajes que por uno u otro motivo anhelan y han postergado.

La motivación se ha convertido en un aspecto de gran importancia pues se le considera detonante de la conducta humana y factor explicativo de la casi totalidad de los aspectos relacionados con la actividad turística. La motivación permite dar respuesta a tres cuestiones esenciales del ciclo turístico: las razones para viajar o el por qué; la elección específica o a dónde; y los resultados obtenidos o sea la satisfacción (Castaño, Moreno, García y Crego, 2003).

La satisfacción de una motivación turística no se reduce a un mero traslado masificado o exclusivo, como lo es hasta el momento, sino que apunta a algo único. El adulto mayor es una persona que desea una experiencia singular que ha de ser vivida por razones individuales e intrínsecas. Esto supone relevar las motivaciones que sin lugar a dudas deben ser consideradas y de ninguna manera invisibilizadas a la hora de pensar el turismo para esa edad.

La cultura del descarte, concibe a ciertos grupos humanos, en objetos de aquello que no se quiere ver y son negados dentro de esta sociedad globalizada. La vejez, es uno de los grupos no visibilizados y conllevándola a insatisfacciones, desmotivaciones y depresión. El ocultamiento es producto de múltiples causas, muy propias de lo que algunos autores llaman postmodernismo o modernismo para otros, dentro de una cultura caracterizada por el hedonismo, el narcisismo y el culto a la juventud, entre otros.

Las personas de la tercera edad son personas productivas y útiles, dentro de sus posibilidades. Estar en el último estadio del ciclo de vida (aunque algunos autores

ya hablan de una cuarta edad) no significa estar finalizando la participación en sociedad; la vejez debería ser entendida como una cuestión social a ser investigada.

El precedente planteado extendido a la disciplina turística es una invitación al abordaje de las siguientes preguntas: ¿Cómo considera el turismo platense a los adultos mayores? ¿Cómo afecta a este grupo social la práctica turística? ¿Qué les han dejado los viajes de su vida? ¿Qué ha quedado pendiente? , ¿Qué buscan? y ¿por qué? En definitiva, ¿para qué le sirve saberlo al turismo y en qué lo podría modificar?

Los mayores se desplazan por motivos diferentes; nostalgia, reencuentro con recuerdos de olores, sonidos, sensaciones; carencias ya sea por factores pendientes, fantasías no experimentadas, hechos conmemorados a destiempo, estas y muchas más son algunas de las causas que inspiran un tránsito hacia su concreción del viaje.

La circunstancia de viajar solos presenta una realidad del momento, sus familiares cercanos en línea directa no disponen de tiempo por trabajo y sus amistades posiblemente no se encuentren en condiciones de salud óptimas para acompañarlos.

La capacidad y necesidad del adulto mayor de poder realizar la aspiración de arribar por sí mismo a destinos determinados debe observarse como algo de interés y con significado trascendente, considerándose seriamente las posibilidades de su facilitación. La antítesis de sus deseos sería la aceptación de prácticas operativas impuestas por el mercado concebidas no del todo acordes a sus hábitos.

La comprensión de las motivaciones se realizará a través de rescatar los recuerdos, vivencias que aún perduran en su memoria, los anhelos y toda información que conlleve el derecho de vivir o volver a vivirse. Para recobro de esas motivaciones se encontró apropiado realizar entrevistas en profundidad y aplicar un cuestionario con preguntas estructuradas.

La primera noticia que llegó a mis manos con respecto a estudios referidos a los motivos subyacentes en la movilización de la población de interés, la proveyó un artículo del diario Clarín (2013) donde el Doctor. C. Sedikides, de la Universidad de Southampton, Inglaterra; expresa que en su investigación alcanza demostrar que los recuerdos son importantes para los adultos. Las evocaciones mueven a volver a lugares especiales y lograrlo puede generar mucha alegría. Sedikides comenzó desde esta hipótesis para desarrollar el estudio de aquello que llamó: la nostalgia anticipatoria, hecho que no es el objeto de esta presentación pero si fue su punto de partida para la idea de su inserción respecto del turismo.

Los relatos de escritores igualmente exhiben sus vivencias de otrora en los compilados del libro Cosmópolis donde fueron seleccionadas las narraciones de viaje de aquellos que fueran corresponsales del Siglo XIX y XX como los de R. Arlt, M. Cané, P. Groussac, J. Martí, D. F. Sarmiento, entre otros, donde cuentan sus crónicas de viaje. Por su parte M. Proust, (1913), rescata una especial experiencia, la cual describe con especial meticulosidad y nostalgia una semblanza pasada. Los autores citados precedentemente lo son al mero efecto de mencionar solo algunos de la vasta constelación de escritos al respecto.

El tema se conecta por consiguiente con la Ciencia Psicológica, encontrándose subsistente en pasajes estudiados en las asignaturas de Psicología del Tiempo Libre; Seminario de la Investigación, con respecto al tratamiento y captación de la información en forma específica; Estadística en virtud del análisis de datos cuali-cuantificados, tópicos del Seminario Empresas de Servicios Turísticos, Tendencias y Oportunidades de Negocios y Marketing entre otras.

El turista de este estrato busca experiencias, sus características culturales han cambiado y van más allá de la opción de playa o montaña. El centro está en su persona y por ello está dispuesto a pagar, si se interpreta que quiere. La elección ocupa el lugar entre disciplina y mercado, obliga a innovar, a introducir un turismo especializado con pensamiento y diseño multidisciplinario. La inclusión de itinerarios personalizados que mezclen ciencia, arte, arqueología, música, por citar algunos. "Venderle experiencias es totalmente emocional y no racional", "la Concepción del turismo como una experiencia y no como un mero consumo" (Prof. Olegario Ferrari

Seminario 2013 Seminario Empresas de Servicios Turísticos, Tendencias y Oportunidades de Negocios).

Los párrafos precedentes hacen muy interesante poner atención a los motivos de los viajes de los adultos y al ser enfocados, a través de sus necesidades y deseos, se abrirá un campo beneficioso al turismo. El resultado de esta visión podría ser la cobertura de un área de vacancia, no del todo contemplada, ni explorada hasta el momento, por esta actividad. El ingenio y la creatividad parecen ser las claves de innovación para los tiempos que transcurren.

PROBLEMA

La actualidad aporta una clasificación a la franja etaria en cuestión, se denomina adultos mayores a las personas desde los 60 años y más para los países en vías de desarrollo; y de 65 años y más para los desarrollados. Aunque Argentina no se encuentra entre ellos, se ha elegido como grupo de estudio de investigación a sujetos platenses a partir de los 65 años por ser la edad jubilatoria instituida para la mayoría considerando diversos ámbitos laborales.

La generación que nos ocupa es la conocida como de los baby boomers, compuesta por los nacidos en la postguerra, tipificada y estudiada por muchos autores. Los nacidos entre los años 1946 y principios del decenio de 1960, actualmente son sexagenarios y más. Esta ha sido considerada hace mucho tiempo como la principal fuerza económica, política y social en todo el mundo, la generación del cambio, del idealismo, de los movimientos sociales y del rompimiento de paradigmas, que ha marcado el paso y lo seguirá marcando.

El término "tercera edad" surge en la década del '60 en Francia y refleja una historia relacionada con las políticas sociales para los mayores jubilados del siglo XX, producto del profundo cambio en el rol social de este grupo.

La Comunidad Europea, en la actualidad reconoce el hecho de la prolongación de la utilidad y calidad de vida a través de estudios demográficos. Las consecuencias recayeron en considerar seriamente la posibilidad de extender la edad jubilatoria, a fin de mantener la proporcionalidad entre los aportantes activos y la cantidad de beneficiarios compuesta por una clase pasiva apta para continuar en actividad.

La Organización Mundial de la Salud afirmó, en la publicación del Diario Clarín (2012) que en cinco años, es decir hoy, los mayores de 65 años serán más que los menores de cinco. La fundamentación de este dicho es la mayor expectativa de vida.

Los espacios científicos han reconocido y establecido que en la actualidad la vida se ha prolongado en tiempo y calidad unos veinte años solo en medio siglo.

Un sector de los adultos mayores hoy poseen tiempo, mejora y prolongación de su calidad de vida, cuentan con jubilaciones y pensiones, unos han creado posibilidades de ahorrar, otros están en situación de poder suscribir créditos con entidades públicas o privadas en virtud de la solvencia acumulada durante su vida, o poseen facilidades a través de sus relaciones interpersonales o por la utilización de habilidades adquiridas, por acceso a facilidades del turismo social, etc., Todas estas realidades forman un cúmulo de circunstancias que les dan acceso per sé a la concreción de sus objetivos y experiencias particulares.

La alusión de Iacub R. y Sabatini B. sobre la noción de una vejez pensada como término de la vida se modificó, al tiempo que propone un nuevo estilo de vida. La idea de retiro y quietud se rompió para dar lugar a una tercera etapa donde hay actividades que comienzan y que a su vez se volverán específicas para esta población.

Esta nueva visión da lugar a importantes cambios de orientación, sensibilidad y actividad de los adultos. El análisis del tiempo histórico es necesario para la comprensión de la generación en exposición, los factores que han influido en las decisiones pasadas y actuales, la identificación de su trayectoria y sus intenciones futuras, harán percibir cuáles son sus principales rasgos, patrones, tendencias y comportamientos que los hace poseedores de un cambio de paradigma en relación a la consideración que se tiene de los adultos mayores, según conviene Almeida Guzmán (2014).

El prejuicio clásico continúa coexistiendo en la actualidad con la idea moderna.

La situación de vulnerabilidad a la que quedan expuestos los adultos mayores por la invisibilidad social les trae problemas físicos, psíquicos y sociales, aun cuando es oculto y a veces sutil, en el turismo como en cualquier otro ámbito el prejuicio se encuentra presente.

Esto nos lleva a preguntarnos ¿La invisibilidad social incide sobre las prácticas turísticas de los adultos mayores platenses viajeros?

¿Cuáles serían las motivaciones a satisfacer por los viajeros? ¿Qué limitaciones impiden realizar sus deseos? ¿Qué propuestas cabrían para las organizaciones públicas y privadas considerando el grupo de referencia, sus características y gustos?

Los pronósticos indican que esta generación seguirá rompiendo paradigmas. Los próximos años serán testigos de cómo cambia el concepto de vejez. El turismo no estuvo ausente y hace tiempo apareció concitando la atención de todo este mundo, ofreciéndoles oportunidades turísticas.

Los adultos mayores argentinos y en particular los platenses poseen en mayor o menor medida los atributos, tribulaciones y deseos de las particularidades expuestas de este grupo. La actualidad encuentra a este grupo social platense con ánimo de viajar ante las alternativas más comunes de turismo social y/o paquete turístico.

El hoy, presenta un sistema turístico con centro en el turista definiéndolo tradicionalmente como aquella persona que se traslada a un lugar o varios, fuera de su lugar de residencia con motivos de recreación u ocio utilizando su tiempo libre. La Organización Mundial del Turismo en 1994 lo define como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo inferior a un año con fines de ocio negocios u otros”.

El intenso movimiento de divisas generado por el turismo ha tenido su correlato oficial en la instauración de los llamados feriados largos o como europeamente se los denomina “puente”, ansiados por los adultos mayores y organizaciones turísticas, los unos desean descanso y esparcimiento y los otros esperan por los movimientos comerciales que se generan.

Las ciudades, esparcidas por el mundo, ofrecen al turismo heterogéneas y renovadas propuestas. Los centros turísticos más promocionados y más conocidos internacionalmente están estableciendo estrategias para aminorar la estacionalidad de afluencia y proporcionar ofertas que cubran todo el año.

Los adultos mayores platenses intensificaron sus viajes, tratando de prolongar sus estadías y en muchos casos, si se les facilitasen las condiciones, posiblemente su estadía sería mayor en el lugar elegido como destino.

El viajero actual echa mano a un conjunto de experiencias codificadas que le allanan dificultades. El viaje se prepara y antes de moverse sabe que ocurrirá con respecto a su desplazamiento. La discontinuidad espacial era la característica del viajar en otros tiempos.

Hoy, la aventura de desplazarse se vio relegada por la habitualidad de hacerlo, todo ello con el aporte de organizaciones (agencias de viaje mayoristas y minoristas) que proveen todo el confort en cualquier lugar del planeta. La sensación de extrañamiento, parte separada de su todo, es sustituida por la de familiaridad; no se extraña volver a casa, no se ha salido.

Los viajes realizados les han dejado a los adultos mayores sensaciones de experiencias vividas en otro tiempo y contexto. La marcha por motivos de recreo, necesidad, etc., es viajar. El hombre viaja. La marcha es movimiento, el por dónde es el camino, el tiempo es la jornada y el viaje se atiene al motivo. El tiempo y el lugar se unen al pensamiento de un fin deliberado.

El destino en sí, es parte del imaginario de quienes se trasladan, por lo cual aquello que el viajero siente es lo importante, ya que es el motor impulsor para hacerlo. La satisfacción es del viajero, la fidelidad del turista. La cuestión es saber cómo podremos satisfacer con una experiencia de gozo interno, para lograr una fidelidad donde la meta mercantilista muchas veces no la toma en cuenta.

OBJETIVOS PROPUESTOS

Objetivo General

- Describir la invisibilidad de las prácticas turísticas de los adultos mayores de 65 años de la ciudad de La Plata.

Objetivos Específicos

- Describir las motivaciones turísticas que poseen los mayores de 65 años en la ciudad de La Plata.
- Describir cuáles son las barreras para cumplir sus aspiraciones.
- Presentar una nueva visión para el turismo para esta franja de edad que inste a la innovación.
- Explicitar alguna de las carencias de las organizaciones públicas y privadas en la planificación de prácticas turísticas para las personas del grupo de referencia.

CAPITULO I

1 ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO

Turismo: definición

El turismo “*consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como máximo 365 días), por ocio, negocios u otros motivos. Si no se realiza pernoctación se consideran excursionistas*”; término oficial de la OMT (Organización Mundial del Turismo), utilizado por convención internacional con fines estadísticos y necesariamente instalado para la comparabilidad de los datos que cada uno de sus países miembros aporta.

La relación es que el turismo puede ser comprendido como un ritual que obedece a un proceso cíclico de renovación y destrucción para una nueva renovación. La función del viaje turístico, como forma acabada de ocio, es la estabilidad.

El turismo como consecuencia de lo precedente puede ser definido como *un proceso cíclico cuya función es la dislocación identitaria y desplazamiento físico a un espacio ajeno al lugar de residencia o habitual, con fines recreativos para una posterior reinserción, cumpliendo temporalmente las necesidades psíquicas de evasión, curiosidad y extraordinariedad propias de cualquier forma de ocio.* (Korstanje 2015).

El turismo, al pertenecer a un subsistema que forma parte de un sistema social más amplio, sus cambios pasarán por permutas en la estructura del sistema más amplio, es decir, la estructura social condicionará los cambios en el turismo.

Los cambios del futuro, según estudios de la OMT, la AIT (Aliance Internationale de Tourisme) o la WTTC (World Travel & Tourism Council), provendrán de los elementos externos más que del propio turismo (telecomunicaciones, industria del ocio en general, transporte, nuevos sistemas de organización social y de los Estados) que de sus propias acciones endógenas (oferta, demanda, marketing, etc.).

El esquema podría diferenciarse en tres niveles:

- Oposición turismo-vida cotidiana.
- Los factores del mundo de la vida (económico, socio-cultural, tecnológico, ecológico, ideológico) y
- El sentido que toman esos sistemas en cada momento histórico (globalización, riesgo, información, postmodernidad, cambios demográficos, etc.), donde se incluyen las formas de comportamiento de los consumidores.

Los cambios exógenos provenientes de la estructura social afectarán al turismo y lo condicionarán de acuerdo al sentido que en el futuro tomarán la oferta y la demanda propia.

Los Paradigmas

Para poder lograr una comprensión del turismo como fenómeno social, con la mirada puesta en los mayores de 65 años platenses, es necesario mencionar sobre dos corrientes de pensamiento que hacen al método científico. Los tratados epistemológicos en posiciones centrales como el de Jafar Jafari, vigente, desarrollado y aplicado hasta el momento y el paradigma sistémico de Monterrubio Cordero, (2011)

y mencionado por Korstanje (2013) donde el turismo es *“un sistema complejo compuesto por un conjunto de elementos, estructurales, interacciones, relaciones y consecuencias de carácter social, cultural, económico, político y ecológico que implica el desplazamiento de uno o varios individuos de su lugar de residencia habitual hacia una estancia con un destino específico, en su mayoría por razones de recreación”*.

La “cientificización” de Jafari, recibe opiniones adversas referidas a que cuando la elabora, sostienen los críticos, no ha tomado en cuenta suficiente la evolución histórica de las diferentes ciencias, como tampoco su vinculación a los sistemas económicos desde donde esas disciplinas nacían. Jafari y sus seguidores, de acuerdo con estas críticas, no habrían sustentado sobre bases sólidas y estables la conformación de una epistemología del turismo. Los estudiosos objetan a Monterrubio Cordero que su tesis aún no se encuentra desarrollada en toda su extensión, faltando esclarecer tópicos de su base.

La actualidad trae otros intentos sistémicos de importancia que le pertenecen a la socióloga mexicana Maribel Osorio-García, mencionada por M.E. Korstanje (2013), para quien el sistema turístico debe ser comprendido como un conjunto de componentes intercomunicados, por consiguiente un sistema cerrado y el sostenido por Urry (1990; 1995), aporte que surge de tomar para su construcción el objeto y la experiencia a ser consumida.

Tipologías Turísticas

Para Przeclawski (1998) ser turista, es una categoría socialmente construida mutable y condicionada por variables como riqueza, nacionalidad, género, posición social, condición social o cultura. La etiqueta por la cual se lo clasifica socialmente. El turista se coloca una máscara y adquiere una nueva identidad actuando en un escenario.

Erik Cohen hacía los años veinte del siglo pasado, ya había brindado una tipología centrada en las motivaciones y las prácticas sociales, donde se encontraban indicados los turistas experimentales, los exploradores individuales, los de diversión y los recreativos.

Los turistas según la actitud para encarar el cometido, la conducta y el tipo de destino turístico, los describe posteriormente S.C. Plog (1974) quien desarrolla el modelo correlacionando las motivaciones y las características que los destinos poseen. La conducta de los turistas y el tipo de destino turístico fue ilustrada categorizándolos en:

- Psicocéntricos, como aquellos que buscan destinos organizados, seguros y confortables. El wanderlust pertenecería a este grupo.
- Alocéntricos, prefieren zonas de poco desarrollo turístico, exploran, conocen a los habitantes del lugar, son activos, usan medios no masivos, exigentes, viajan con mayor frecuencia.
- Mediocéntricos, la mayoría combinando los comportamientos de los dos grupos anteriores.

La tipología de John Urry en 1990 presenta otra forma y la plasma bajo el:

- de aspecto romántico, como aquel que busca destinos para disfrutarlos en compañía de otras personas, privada, personal o espiritualmente; contempla la naturaleza en su forma más íntima y huye del turismo de masas
- el convencional es el que precisa de otros donde hace turismo.

Feifer había estipulado en 1985, la diferencia entre turista y pos-turista, este último es aquel que considera su práctica un juego, está dispuesto potencialmente a disfrutar de todo aquello que es auténtico o presentado como tal.

La categoría de antiturista es propuesta por Jacobsen en el año 2000 y es el que se diferencia del turista convencional físico y conceptualmente, no recomienda sus destinos visitados para no saturar y destruir la tranquilidad y encantamiento del lugar en sentido que su disfrute disminuirá con la presencia de más personas.

Las tipologías son muchas y diversas, pero lo verdaderamente importante para este estudio, es que demuestran la compleja realidad del tema, son un medio para comprenderla en la diversidad y no un fin en sí mismo.

Los viajeros como los potenciales turistas.

Calvino en sus narraciones de *Las ciudades invisibles*, describe un pasaje donde Marco Polo, relata su viaje al emperador que lo ya no lo escuchaba e, interrumpiéndolo le propuso: de aquí en adelante voy a ser yo el que describa las ciudades y tú cotejarás si existen y si son como las pensé.

El término viaje etimológicamente posee dos vocablos; *vía*, del latín camino y *cum* que denota acompañamiento. La diferencia con el de la peregrinación; *per agrere*, que implica “ir por fuera de la infraestructura dedicada para los viajes”, el viaje debe concretarse dentro de un canal estipulado por la sociedad. El viaje, continua el argumento, G. Santayana (2001) es una habilidad humana, por cuanto persigue un motivo preestablecido que condiciona la identidad del viajero. La fantasía sorprende en los viajes, donde no existe persistencia de hábitos cotidianos.

El viajero se deja llevar hasta cierto punto por las instrucciones, tan popularizadas y estandarizadas, para aprovechar mejor el tiempo y dinero, sino que llega a un segundo estadio dejando un escalón abajo al turista. Es el nivel al que accede al tomarse el tiempo de dejarse llevar por la imaginación junto a los lugares y costumbres que ya conoce o le gustaría conocer. A diferencia del turista el viajero sigue desmenuzando la experiencia durante mucho tiempo, a veces toda la vida. Shakespeare devela que somos de la misma manera que nuestros sueños, a lo cual también podríamos agregar que somos lo que hemos vivido y vivir no es solo pasar el tiempo, según los conceptos de De Dios (2002), “*Crónicas de un Viajero*”.

El viaje en la antigua concepción, era regido por el destino, con el correr del tiempo se lo consideró como un desplazamiento en el espacio, integrando una idea de frontera y una separación o pasaje. El extranjero era aquel considerado intruso en el lugar al que va y el traslado espacial posee la particularidad de la discontinuidad.

Desde el siglo XVII, en Inglaterra, el viaje del Caballero y la Diligencia caracterizan los traslados, en 1808 Thomas Cook, nacido en Melbourne, Derbyshire, transforma la producción artesanal del turismo en una moderna empresa mercantil a la que le dio su nombre en 1845, la que evolucionó hasta nuestros días devenida en la más grande empresa de turismo, la Tomas Cook Groupe.

Para fines del siglo XVIII, los franceses comienzan a utilizar la palabra *tour* como una forma de viaje educativo dado al príncipe para conocer las costumbres de las diferentes comarcas europeas. Alberto Sessa (1971) declara que el turismo está compuesto por: el sujeto, el desplazamiento y la permanencia. El tipo de lucro, aunque sea parte, no es inherente al turismo. Por lo tanto, todo desplazamiento en el que esté involucrado un sujeto e implique una residencia temporal es un hecho turístico. Contrariamente, a Barucci (1976) que considera que el turismo no tiene que ver con los viajes en sí mismos, ya que sería otro hecho diferente a otros desplazamientos, como las expediciones. Concuerdan los teóricos histórico-absolutistas que al inferir que es un hecho social-económico nacido de revolución industrial y desconocido hasta ese momento. Para otros, J. Urry, entre ellos no puede comprenderse ajeno a una

experiencia subjetiva, toda experiencia en ese sentido tiene una característica visual de necesidad de desplazamiento geográfico.

El sentido estético aparece en el siglo XIX en el occidente europeo marcando las características del turismo actual (Urry, 2007, p. 21-22), dándose dos fenómenos simultáneamente: los “particularismos” científicos y la estética y hedonista del turismo masivo. Este último en la actualidad sería una combinación de factores económico-sociales, como los avances tecnológicos y la reducción del tiempo de trabajo de mediados del siglo XX, donde todas las sociedades parecen haber construido mecanismos de evasión para amortiguar las tensiones del aparato político-económico.

La actualidad trajo el proceso de la globalización y con ella la obligación de repensar la relación expuesta con el otro. La primera disquisición es el quiebre de fronteras y la dilución de los límites toma forma planetaria implicando el concepto de desterritorialización. La consecuencia fue que la noción de viaje se encuentra comprometida. La distancia ya no es más un obstáculo físico para el desplazamiento, convirtió en una variable bajo la esfera de las instituciones sociales. El control se realiza bajo el nivel político, militar, financiero o ecológico, articulando el equilibrio de los intereses en juego. El riesgo, un trazo del viaje es de esta forma minimizado, pudiendo tener lugar como resultado de una falla de cálculo.

La modernidad-mundo no es solo desterritorialización, tiene sentido si está adentrada en nuestros hábitos más prosaicos, alterando proximidad y distancia. Los medios de comunicación hacen lo lejano próximo, ya no se necesita moverse.

La aventura de desplazamiento en el espacio deja de serlo para tornarse algo habitual para agencias turísticas y quienes lo practican. La sensación de extrañamiento es sustituida por la familiaridad dentro de la modernidad-mundo. El proceso de globalización diluyó los límites geográficos y la tecnología, con todo lo que ella implica se afincó en las entrañas de una “aldea global” en expansión con ínfulas de serlo planetaria.

La práctica social indica que el turismo mantiene un mensaje encriptado en su interior con fin educador y socializador con respecto al resto de la sociedad. El contenido de ese concepto varía según el contexto socio-económico y político. La comprensión no transcurre solo por su evolución u otras formas de culturas y tiempos, sino por su función dentro de un sistema complejo como es la sociedad toda.

La era de los viajes sociales reconoce la importancia de las motivaciones que llevan a millones de viajeros a descubrir un nuevo lugar o volver a otro. El precio genera un marco de referencia, no totalmente determinante que acota las posibilidades; en pero lo emocional, lo conducirá al lugar vivido como la visión una promesa íntima y las actividades asociadas, lo orientarán al destino que finalmente escogerá. (Libro Blanco de los Viajes Sociales. 2013).

El viaje, sin embargo, con objetivo de descanso, es una institución social cuya consolidación comercial fue impuesta por Inglaterra y la revolución industrial en forma de viaje comercializado. La expresión aún sigue siendo insuficiente para abarcar la concepción turística.

La perspectiva es que el proceso requiere de un desplazamiento físico que responde a una necesidad psicológica, que puede ser de evasión y esta da origen a la motivación. La exploración y novedad como motivaciones se contraponen a la tendencia de conservación o “nativista”, donde el sujeto, ante un grado elevado de incertidumbre debe regresar a su hogar. La posibilidad de perder algo valioso al viajar o adentrarse a un destino no conocido, exige el retorno de todo viaje turístico, sino se convierte en un migrante. La posibilidad es la coexistencia de ambas.

El doble juego combinado de obligación y exhibición es el nacimiento del viaje turístico (Wenge, 2007). La comercialización o intercambio monetario es una condición para la experiencia turística pero no es su determinante natural. El viaje puede ser o no comercializado.

El viaje turístico también debe cumplir con los tres precondiciones: el de nivelación de la escasez, extraordinariedad y la predestinación, con el mensaje el

sujeto siente el privilegio de pertenecer. El sujeto-turístico, entonces, se siente especial, recopila información antes de viajar, y regula su propia frustración interna.

El viaje tiene un motivo y un rol definido con antelación, existiendo la premeditación en el ser-turista. La perspectiva aclarativa según muchos autores como E. Cohen y Turner aluden, es que el turista debe definirse en su rol (de elegir destino), difiere con Urry y Maccannell. Cohen quienes sugieren que el viaje es un proceso por el cual el viajero retorna a su hogar con un estatus diferente al de partida; siendo así, el turismo sería un "rito de pasaje" (Cohen, 1988). El tratamiento de Cohen tiene un problema fundamental; cuando una persona sale de viaje, su estatus no cambia, sino que es reintroducido en el anterior. El souvenir como forma de distinción no evoca el cambio de estatus, sino lo contrario, es prueba por la cual el viajero demuestra haber estado donde dice que estuvo; al retornar, el sujeto vuelve a su anterior rol.

En cada viaje que se emprende siempre existe una despedida, pero a su vez es una promesa de regresar, una rara sensación de desarraigo y a la vez un arraigo. Los viajeros que en lugares a los que no pertenece y cuando la distancia afecta no piensa en otra cosa más que en volver. Los mil caminos posibles se recorren de una vivencia en otra.

"La personalidad y la forma de ser se constituye, no por las cosas que nos suceden sino, principalmente por las reacciones que damos a los acontecimientos que vivimos, y a las circunstancias que se nos presentan, por lo tanto, no son los viajes los que enriquecen, sino la actitud que da el viajero" (párrafo de la película: Peaceful Warrior, mencionada por Ruiz Limon a modo de ejemplo en el año 2004). Conocer experimentalmente el mundo y de paso, conocerse uno mismo.

El viajero no es dependiente del viaje, es el viaje el que debe enriquecer al viajero.

2 PRACTICAS TURISTICAS, OCIO, USO DEL TIEMPO LIBRE Y SU APOORTE A LA SALUD INTEGRAL DE LOS ADULTOS MAYORES

El Sistema Social

Los sueños que según Jung 1999, deben decodificarse como mensaje y que una vez comprendido, se entenderá como trabajan bajo el principio de la **fantasía** el cual evoca “verdades inapelables” que el sujeto desconoce o no ha registrado en la realidad. El turismo, de igual forma y de acuerdo a Jung, sería una industria de la fantasía, dentro o fuera del ámbito vacacional, siendo definido por medio del proceso de onirización que sucede al pre-turístico.

Las Ciencias Sociales consideran una sociedad compuesta de 5 sub-sistemas interconectados entre sí: *político* (acumula y dispersa poder), *económico* (regula la escasez), *mítico-religioso* (explica las incongruencias de los relatos míticos de los orígenes del mundo por medio del conocimiento), *geográfico* (mantiene la identidad, seguridad y regula la permeabilidad de las fronteras) y *onírico* (absorbe las tensiones y conflictos). El subsistema geográfico tiene su rol en la fijación de circuitos y rutas turísticas, seguros o no, de acuerdo a los problemas regionales. El viaje alterna el entretenimiento, propio y distensión con el riesgo que oscila en su intensidad, ello explica la base del turismo como fenómeno aplicable a todas las culturas del planeta (Elías y Dunning, 1998).

El subsistema mítico-religioso (donde entran aquellos sectores preservadores del saber, como sacerdotes, científicos y periodistas entre otros), necesita de una fábula o historia para darle sentido al mundo y a los eventos que en él se suceden. El proceso de construcción mitológica, funda los valores culturales que van a dar sustento a la sociedad y alrededor de los cuales se van a crear los diferentes ritos, héroes y prácticas culturales. La generación de estudio se encontraría incluida dentro de este subsistema. El viaje temporal, por lo tanto, requiere de una dislocación psíquica del viajero quien experimenta en su fantasía la necesidad de un cambio fabulado (separación identitaria) y posterior retorno a su matriz de origen.

El ocio y la Evolución Turística

El ocio, es parte del sub-sistema onírico y a la vez el turismo es una de las tantas formas de ocio. El poder del ocio es aún mayor porque genera un discurso regulador de las voluntades individuales.

El viajero de la edad observada corresponde al subsistema mítico-religioso y a su vez vinculado con el onírico transformándose en el poseedor de una elevada complejidad. Los valores culturales que se presentan como incuestionables, descanso, movilidad, el retorno, son esencialmente transmitidos por medio de los mitos de origen (génesis).

El subsistema onírico social posee dos funciones, distensión y reacomodamiento. El primero tiende a reducir el conflicto evitando o aflojando los lazos sociales que mantienen unida a la sociedad, llevando al sujeto al individualismo (al: yo quiero) y el segundo, se refiere a una dinámica normativa en donde el sujeto vuelve a insertarse en el rol que lo define y que le confiere cierta identidad. La diferencia con la postura sostenida por Turner y Cohen, se centra en el sentido que un vacacionista no cambia ni estatus ni rol por vacacionar en determinado destino.

La función del subsistema onírico es preservar los diferentes componentes de la sociedad, su sistema político y productivo evitando el cambio social (principio de

restauración). El ocio, aspecto importante del subsistema onírico, es desde donde se desprende el turismo como fenómeno social.

El ocio no debe confundirse con el tiempo disponible, excedente o sobrante, porque aunque en general es fuente de ocio, puede o no destinarse a él; tampoco con el tiempo libre, ya que en el ocio no siempre el individuo puede expresarse libremente.

El fenómeno del ocio presenta dos características es ambivalente y multiforme. El primer aspecto se refiere a que es una fuente creativa y paralelamente patológico, ambas se encuentran en cualquier sistema social. Las situaciones que las manifiestan se presentan tanto en la infancia como en la tercera edad, el arte, la diversión, la delincuencia etc. son ejemplos visibles y en todas ellas el ocio llega a ser protagonista. El fenómeno no se limita a estas dos perspectivas (ambivalencia y diversidad). Los estudios de (Zuzanek, 1980), muestran que el ocio además de ser un factor del desarrollo humano con actividades como juego o el deporte y además de fomentan la pasividad, la privacidad, la alienación, etc., es también instrumento de terapia y de formación.

El ocio al tener carácter de multiforme cada época le aporta alguna forma propia, porque los cambios socioculturales lo afectan profundamente. La exposición por Munné, 1980, da cuenta que al evolucionar la sociedad industrial, de una sociedad de producción en serie a una sociedad de consumo, el sentido del ocio se ha transformó profundamente surgiendo la sociedad de masas. El ocio en la sociedad de masas, se destinó preferentemente al consumo de bienes o servicios dirigidos a las diversiones creciendo la industria cultural.

La evolución de la práctica colectiva del ocio conlleva, latente o manifiesta, un modelo de sociedad. .El primer modelo fue el de la sociedad recreacionista, nacido en Gran Bretaña a fines del siglo XVIII y comienzos del XIX, desarrollándose como reacción a los efectos de la industrialización. El movimiento recreacionista muy posteriormente renace y se desarrolla considerablemente en los Estados Unidos, potenciado por el movimiento de animación cultural (Samuel, 1974) y como respuesta a una sociedad tecnificada e interesada en que las personas se distraigan y ocupen su tiempo social excedente de manera adecuada; es decir, regenerarse sin corromperse.

La nueva representación de ocio fue impulsada cada vez más por los avances tecnológicos. Las formas de ocio no se pierden sino que se adaptan y acumulan al carácter emergente.

Las investigaciones contemporáneas sobre el ocio respondieron a cuatro tradiciones culturales distintas, la germánica, la soviética, la francesa y la anglosajona. La francesa ha formulado dos teorías influyentes, Friedmann (1956) analizó y vio el ocio moderno como una compensación de las tensiones y frustraciones y más ampliamente de la alienación, provocada por la división del trabajo, monótono y anónimo del maquinismo y la industrialización. La continuidad llegó con Dumazedier (1964) quien distinguió tres modos básicos de empleo del ocio, a las que llamó las tres D, por la inicial de sus respectivos nombres y postuló que el ocio sirve para Descansar, Divertirse y Desarrollar la personalidad que son las tres funciones que desempeña en el sistema social. El descanso es recuperador de la fatiga e incluye el aburrimiento, el tedio, etc.; en la diversión entra el juego como distracción, evasión, etc.; y en el desarrollo personal y social la necesidad de formación.

El modelo de sociedad descrito por Dumazedier puede ser interpretado de dos modos. La forma cuantitativa, entendiendo que en la sociedad acontecería que poseería paulatinamente más días de ocio al año que de trabajo. La otra interpretación es cualitativa que sería entender al modelo como ya institucionalizado con el progresivo empleo del ocio como actividad de consumo. Los dos casos no vislumbran la posibilidad de una sociedad basada en el tiempo libre.

Las teorías se complementan, el ocio compensador revela la contradicción latente de un ocio, transformado en un comportamiento necesario. La referencia a las 3D muestra que se trata de actividades compensatorias y por lo tanto no expresan libertad. El reconocimiento implícito de Dumazedier se percibe cuando dice que el

descanso se da como recuperación de la fatiga, la diversión como distracción contra la monotonía y el desarrollo personal para evitar la impersonalidad.

El modelo alternativo a la sociedad del ocio es la sociedad tecno burocrática anunciada por la prospectiva social, en la que el protagonismo recae en los tecnólogos y los expertos en organización. El modelo no es incompatible con lo anterior, si se entiende que a corto plazo podríamos estar en su término y en las vísperas de llegar a una sociedad con un amplio desarrollo del ocio.

La presencia de inconsistencias, son generadas por el propio sistema o por un subsistema o externo social, como el encuentro entre dos etnias. El ocio y el turismo no solo seguirán al discurso de la sociedad dominante y con él al subsistema político, sino crearán una cosmovisión (gaze) con el poder simbólico, suficiente para justificar el acto de apropiación.

El turismo es para las ciencias sociales con respecto a su práctica parte del sistema del ocio que incluye otras instituciones y actividades como la lectura, las películas, espectáculos deportivos, el teatro, etc.). El ocio en la explicación de Elías y Dunning (1998), fundamenta las bases no solo para el trabajo, sino para la socialización entre individuos en aspectos culturales y valores importantes para la sociedad.

3 ACTIVIDAD TURISTICA Y CONSUMO

Demografía y Consumo

El turismo se ubica en las cinco primeras categorías de la exportación en el 83% de los países.

La United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2010) destacaba que los países del Norte son los principales beneficiarios de este sector, considerando que en el Norte se concentran tanto la mayoría de las empresas turísticas como sus actores principales. El hemisferio norte posee las compañías aéreas, los grandes tour-operators, las cadenas hoteleras son de pertenencia occidental en su mayoría y los destinos turísticos más destacados quedan justamente allí.

La estructura de población de los países emisores de turismo y la familia han tenido cambios en su seno, dando paso hacia una "población envejecida". El grupo de población se caracteriza por ser más numerosa que el grupo de edad de personas jóvenes. La estructura familiar tradicionalmente nuclear paulatinamente se convierte en postnuclear. La mutación traerá grandes consumidores de ocio y turismo por sus características socio-demográficas y estilo de vida, con lo cual es de vital importancia prestarle mucha atención.

El occidente elevó el nivel cultural de la población en los últimos años lo que provoca cambios en los gustos del consumidor y sus prácticas.

Los países del primer mundo han dejado lejos sus tiempos de necesidades y ahora cubren las del turismo, hecho que se considera como un avance.

La estructura de población argentina graficada en las pirámides censales, muestran claramente la evolución de 1885 a 2001, donde en primer lugar se constata el equilibrio entre los sexos y luego la creciente feminización de la población en años más recientes.

El avance lento del envejecimiento demográfico, se ve reflejado en proporciones cada vez menores de jóvenes y cada vez mayores de adultos mayores. La Argentina en 1970 alcanzaba el umbral del 7% de población de 65 y más años, a partir de ese año su población es clasificada como envejecida. El último censo nacional, demuestra que esta tendencia se ha consolidado y es esperable que se profundice en el futuro, como en otros países que al igual que la Argentina, se encuentran en un estadio avanzado de su transición demográfica, según Flores Cruz.

El documento del Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC, 2011), considera que en la Argentina, el envejecimiento demográfico es una tendencia que se observa aproximadamente desde la década de 1970. En la actualidad, según datos del Censo 2010, el 10,2% de su población es mayor de 65 años, dato que sitúa a la Argentina dentro de los países de América Latina con mayor porcentaje de esta población. La cifra ascendería al 12,7% para el 2025 y al 19% para el año 2050.

Los cambios en la pirámide poblacional generan nuevos desafíos a las estrategias del Estado, opinaban en el año 2011 Repetto F. y otros; las familias y de la sociedad civil, están poniendo en evidencia las limitaciones y los alcances de las políticas orientadas a los adultos mayores, por estar este grupo propenso a sufrir carencias derivadas del acceso a los elementos de satisfacción básicos materiales (alimento, la vivienda o medicamentos) e inmateriales (apoyo familiar, o de la comunidad).

Las personas que están más satisfechas de la vida son las que gozan de mejor salud y mejor calidad de vida. En la *Encuesta sociodemográfica del envejecimiento en México* de 1994 reveló que la mayoría de los ancianos de la tercera edad de ese país que dijeron que quienes se encuentran más satisfechos gozan de

mejor salud y calidad de vida fueron el 76.8%, el resto (32.2%) se declaró insatisfecho o muy insatisfecho. (De la Fuente, Medina y Caraveo, 1997).

El crecimiento de las últimas décadas tiene heterogéneas razones como mayor disponibilidad de tiempo libre en la vida de las personas, incremento de los ingresos per cápita, desarrollo del sector de los transportes y de las comunicaciones que permiten llegar a cualquier rincón del planeta en breve tiempo.

El lapso entre el 2000 y 2020, el porcentaje de las personas comprendido entre 65 y 90 años de edad pasará del 16 % al 21 % de la población total de la Unión Europea, mientras que las personas de entre 15 y 24 años de edad solamente representarán el 11 % de la población, expresa el Libro Blanco de los Viajes.. Los países ante esta situación están evaluando seriamente sentar las bases de la regulación de la permanencia de trabajadores más allá de las edades “clásicas” de jubilación.

Oferta y Consumidor

Los esfuerzos parecen puestos en la imagen de los destinos y su rentabilidad, culminando en análisis de casos cuya raíz nace de los estudios clásicos de mercado o tendencia al consumo. La función del turismo dentro de la sociedad fue simplificada a un mero producto y la hospitalidad, según el economista Muñoz Escalona (2011), es mal comprendida y con ella también el turismo. El autor continúa afirmando que la corriente epistémica (nacida del Management) de los últimos años ha priorizado la demanda turística olvidando el papel de la oferta dentro del sistema económico. La complejidad del turismo, para ellos merece un estudio inter-disciplinar que permita una elaboración metodológica-científica.

El antropólogo Santana Talavera (2006) explica que la antropología puede brindar sobre los temas una perspectiva integradora y sistémica, abordando el turismo desde una perspectiva holística que pueda describir, no solo su dinámica en el campo de observación, sino sus efectos y alteraciones a lo largo del tiempo. La diferencia de Santana Talavera con sus colegas es que sostiene que el sistema turístico obedece a tres componentes. El primero se refiere a un elemento dinámico: la demanda, por la cual se movilizan todos los actores dentro del sistema (bienes con valor agregado). El segundo, es el estático, es el que posibilita la actividad turística y su ordenamiento territorial (infraestructura). El tercero es el secuencial por el cual las partes se integran en un todo dando origen al sistema por el principio de homeóstasis.

El consumo sea importante o no, puede partir de la condición de que no se trata solamente de un proceso de cobertura de necesidades primarias. El riesgo, añadido por el consumo y como otro objeto de atención, es importante para los estudios psicológicos y psicosociales. La cantidad de variables que intervienen en el riesgo hacen casi imposible que quien asuma uno o varios pueda tener la capacidad de prever todas las variables intervinientes y añadido el mundo de la economía contemporánea ellos no están necesariamente asociados en función de la capacidad del actor social, sino que lo se comunican con infinidad de relaciones causales políticas, sociales y económicas que escapan a su alcance de previsibilidad.

De acuerdo al Libro Blanco de los Viajes Sociales (OMT, 2013), el consumidor quiere tener la certeza de llegar al destino, pero más aún tenerla sobre que está consumiendo y si es realmente lo que quiere. El motivo en cierto sentido conservador proviene que a la hora de gastar el dinero, en especial en tiempos aciagos, es debido a un análisis de distribución y no como un recorte de gasto en sí mismo. Los viajeros se han vuelto más cautos, pero la posibilidad de vivir nuevas experiencias sigue siendo su máxima motivación: hay un deseo por lo auténtico y genuino, estima el mencionado Libro de la Organización Mundial del Turismo.

Posturas sobre el Turismo como viaje rentado

La publicación reciente de Minnaert, Maitland y Miller (2011) donde estudian el "turismo social", se lo presenta como un fenómeno vinculado a la protección de todos.

Korstanje en su Epistemología del turismo (2013) se formula la pregunta de si el turismo debe ser concebido como una actividad rentada asociada al placer y al lujo o como un derecho adquirido por todo ciudadano al margen de su poder de compra. La respuesta a ella parece ramificarse, en virtud que mientras los países capitalistas explotan al turismo desde una perspectiva puramente económica, otros lo piensan como una oportunidad de adquirir un derecho, logrando una naturaleza diferente.

El primer tipo de sociedad concibe el turismo como un resultado lógico de los beneficios del trabajo, para el segundo tipo, un derecho universal que tiene la persona por el sólo hecho de serlo. El utilitarismo propio del capitalismo da como resultado un turismo pago, pero el capitalismo moderno, tanto en los países industriales como en los socialistas ha naturalizado al turismo como una institución y el derecho al consumo como universal, argumento debatible con la teoría de la naturaleza onírica del turismo.

El Sistema, el Marketing y la Empresa Turística

A partir de la década del 90 y en la actual, se percibe que la oferta turística es mayor a la demanda (González y otro, 2005), no siendo suficiente un conjunto de recursos de salida, sino que lo que determina la competitividad de la empresa turística y es su capacidad de competir la que fija sus procesos, en el conocimiento especializado de la interpretación del supra espacio donde está inmersa.

El marketing tradicional centra sus principales actuaciones en cuatro puntos; el estudio de los productos turísticos que conforman la oferta de atracción del turista, la determinación de las fortalezas y debilidades de los servicios y productos turísticos, el desarrollo de políticas estratégicas sensibles a las nuevas tendencias y la realización de comparaciones con los destinos competidores.

Los análisis específicos de los productos ofrecidos o a ofrecer, ponen hincapié en la mejora de la calidad de los productos y servicios turísticos de los destinos, la participación municipal en la promoción de los variados productos y la estimulación posible del potencial del sector.

El sistema de evaluación determinará el impacto de las medidas a adoptarse en la política promocional, así como la optimización de los recursos y las actuaciones, la determinación de la rentabilidad de las acciones ejecutadas, con el objeto de potenciarlas, adaptarlas o mejorarlas. El análisis de sensibilidad determinará su reacción a determinados cambios exógenos y endógenos, tomándose en consideración la evolución de los mercados, productos y empresas para permitir determinar el impacto socioeconómico.

Los constantes cambios en las preferencias de los sujetos, van de la mano con su comportamiento como consumidor turístico. Las desviaciones provocadas por este aspecto requieren constantes evaluaciones estratégicas del mercado.

La segmentación en estos casos se convierte en una estrategia importante para que las empresas accedan a una diferenciación además de constituir un objetivo básico de investigación.

La perspectiva de esta segmentación del mercado turístico puede aplicarse en función de los factores que influyen en la realización de los viajes turísticos, que a grandes rasgos se pueden clasificar en económicos (potencian o restringen la demanda) y personales y sociales, tomando en cuenta que la idea de la actividad turística es fundamental en la vida humana.

Las investigaciones sobre la aplicabilidad de esta estrategia han sido muchas en las dos últimas décadas, entre los que se destacan los que toman las variables

socio-demográficas, económicas, geográficas, etc. Los rápidos y profundos cambios mencionados, encuentran como imperiosa una progresiva atención a la personalización del consumo turístico, cuestión más compleja y difícil de analizar. El pensamiento de búsqueda de debe enriquecer sustancialmente con el conocimiento propio de los turistas, a fin de ofrecer información útil como pueden ser los estilos de vida.

Las actividades, de acuerdo a Vázquez Casielles y otros (2002), suelen hacer referencia a la forma en que los individuos gastan su tiempo y dinero; los intereses personales, que consideran más o menos importante en el entorno inmediato y las opiniones, sobre la visión que tienen de ellos mismos y del mundo que les rodea. Las dos últimas variables forman parte del concepto moderno de actitud, conocido como, un estado afectivo del individuo ligado a su disposición a obrar de cierta forma ante algún estímulo, conceptos que referencia a su vez González Fernández en el año 2005.

El Director de Marketing de Paradores de Turismo de España Javier Blanco expresa que *“es innato en las personas el deseo de moverse, descubrir lugares, romper la rutina, enriquecerse con otras costumbres, culturas... en definitiva para construir recuerdos que compartiremos. De ahí que los viajes tengan un componente emocional y experiencial muy importante. Alguien dijo que los viajes primero se sueñan, se construyen en la imaginación, para más tarde convertirse en realidad... y esa realidad debe cubrir todas las expectativas. Por eso siempre se dice que en un viaje no importa con lo que vas, sino con lo que vuelves, con las experiencias compartidas...”* Factores experienciales unidos a factores emocionales.

La perspectiva, F. Darbellay y M Stock proponen un modelo conceptual para comprender porque ha fracasado el paradigma sistémico a pesar de los voluminosos y buenos trabajos sobre turismo. El primer inconveniente se origina cuando se intenta definir al turismo como un aspecto “auto-organizado” y cerrado y autónomo de la vida social en general. Este paradigma ayudó a los sistémicos originales a inferir reglas generales que fueran observables y comparables. El turismo empero engendraba la posibilidad de establecer una relación con “los otros” cuyas prácticas no se correspondían con las sociedades de origen. La incompreensión del otro como normativamente subordinado a la razón occidental, llevó a los primeros estudiosos a pensar al turismo como un ente único. El desarrollo del turismo, establecen los autores, sufrió diferentes mutaciones desde la holística, pasando por una más especializada y fragmentada, hasta una multidisciplinar. La multidisciplinariedad hizo que cada disciplina tomara al turismo como objeto sin diálogo, lo que no permitió su maduración como sistema de conocimientos autónomo. El objeto de haber logrado una interdisciplinariedad hubiera experimentado coproducción de conocimientos (Darbellay y Stock, 2012).

4 TURISMO Y ENTORNO MUNDIAL ACTUAL

El Turismo y los Intereses Geopolíticos

El turismo y la cultura se han transformado en las relaciones públicas de los países, se suman las empresas y sus intereses generando asociaciones mediáticas y de inversión que no podrían sostenerse por separado.

El nivel mundial y teniendo en cuenta los aspectos vinculados al turismo, se pueden citar entre ellos la tendencia geopolítica con respecto a la apertura las fronteras entre naciones, las cuales tienden a ser más permeables, facilitan un mayor movimiento de un lado al otro, pero un aumentan de la interdependencia política y militar. El orden tradicional tiende a desaparecer, pero al mismo tiempo no queda claro por qué tipo de escenario va a ser reemplazado.

Las últimas dos décadas fueron el escenario de expresiones culturales fomentadas desde los gobiernos para ligarlas al consumo turístico que no solo es rentable, sino que crea riqueza atrayendo un turismo de calidad, entendiéndose como tal el mayor promedio de gastos en destino, con bienes no perecederos que generan la conservación cultural indispensable para reforzar el sentido de comunidad ante las fuerzas de la globalización.

La paradoja es que siendo el turismo una actividad relevante del proceso de globalización, resulte al mismo tiempo ser la clave para detener sus efectos, esto trae aparejado el pensamiento inquietante de si no se está intentando erigir una nueva argucia para encubrir otra vez los verdaderos intereses neocoloniales en juego.

El sector turístico emergente que se encuentra bajo el paraguas de lo auténtico, exótico y étnico, cierto es que vive en la marginalidad, pobreza, violencia y que invitados a no cambiar y teatralizar su cultura tradicional conlleven la pena de dejar de ser interesantes, es decir, deben mantenerse diferentes y primitivos.

La globalización trajo aparejado el desmantelamiento del estado benefactor institucionalizándose el concepto de sociedad de destino, donde los beneficios estaban previstos para cada ciudadano en igual medida y la forma de equilibrar las privaciones y logros de todos. El principio fue lentamente dejado de lado y fue ocupando su lugar la asistencia sujeta a la evaluación de medios económicos enfocada a quienes necesitan.

La modernidad trajo diversidad de utilidades, ahora se equilibran las privaciones del contribuyente con las ganancias del receptor de beneficios. Los intereses públicos y privados se oponen, colocando a la comunidad como carga, enfrentando principios e intereses.

El estado benefactor cruzó la línea entre las dos situaciones y aquello que solía ser un seguro colectivo contra problemas individuales se instaló para modificar las naciones y fraccionarlas entre los pagadores de primera y los receptores de beneficios, liberando el interés económico como un medio para instalar el cálculo político. El discurso político recorrió un camino paralelo y concomitante, transformándose en intenciones que pueden evolucionar en exclusiones masivas de derechos.

La Globalización y el Turismo

El proceso de globalización encierra un proceso de localización, siendo que globalización significa deslocalización también reconoce una relocalización en base a una conexión en muchos lugares a la vez por lo cual se la presupone translocal (Beck

U. 1999), proponiendo Robertson sustituir el concepto de globalización cultural por el de glocalización. El turista parte de un lugar, pasa por otro y llega a otro donde consume los servicios según el aspecto territorial del ecosistema turístico según Leiper. Los dos conceptos (globalización-glocalización) están coligados a la sociedad de riesgo y ellos afectan al turismo, menciona el Prof. Álvarez Sousa de la Universidad de A Coruña.

Los efectos de la liberalización en el sector turístico pueden ser positivos y negativos. La globalización, entendida gradualmente, es el inevitable pasaje desde sistemas cerrados a sistemas abiertos, de sistemas “protegidos” y asistidos a sistemas libremente interactivos e interconectados, lo cual trae indiscutiblemente muchos cambios. La mutua influencia entre culturas es una tendencia que se afirma continuamente y puede constituir un factor positivo (nacimiento de expresiones culturales nuevas y dinámicas) o negativo (pérdida de tradiciones e influencias de los modelos culturales dominantes sobre las más vulnerables).

El papel activo, para poder desempeñarlo, es el que hace necesario que para controlar esos cambios, sean analizados y se especifiquen sus consecuencias (riesgos y ventajas), además se debe asegurar que ellos sean realmente globales, es decir, representen una realidad, o por lo menos una tendencia en todos los países del mundo, sin limitaciones ni privilegios.

El turismo es a comienzos del siglo XXI una actividad económica y social de gran importancia aunque no está exenta de amenazas que provienen de su competitividad y sostenibilidad. El desarrollo turístico tiene la capacidad de contribuir al bienestar de los sujetos, siendo sus condiciones clave la seguridad, salud o el placer relacionado con el viaje y es dependiente de las expectativas y percepciones de sus usuarios y de los eventos y decisiones a nivel mundial.

Los estudios recientes, como Fayos-Sola (2004), ponen en evidencia una transformación en el comportamiento de los interesados en viajar y las organizaciones del sector deben interpretar la transición del paradigma, citado por muchos autores como Poon (1993), Fayos-Solá y Pedro (2002), entre otros, desde hace algunos años. Los acontecimientos de septiembre de 2001, en la Argentina y en el mundo, agregaron efectos directos en el turismo, presentando incertidumbre y cambios más rápidos que los habituales en los procedimientos a nivel global. La convergencia de comportamientos con respecto a gustos y estilos de viaje van aumentando la segmentación por tipo de viaje.

La apertura tecnológica entiende sobre todas las tecnologías vinculadas a los transportes y a la información (principalmente la Web), ellas aportan constantemente mayores conocimientos y aseguran movilidad, física y virtual, enlazando los rincones más remotos del planeta. La digitalización es otra dimensión que produce y posibilita globalización e individualización al unísono ya que quien no domina el lenguaje informático se ve excluido del circuito de la comunicación social (Beck Ulrich, 2000)

La apertura económica se refiere a la libertad de la circulación de capitales, inversión, compras y ventas en cualquier lugar, las que pueden constituir potencialidades o riesgos para los mercados locales, incluido el turístico.

El turismo sin aperturas a nivel global no existiría, porque no existirían ni los medios ni la mentalidad para emprender un viaje, suplementariamente el turismo puede generar un importante intercambio entre los destinos, siendo un canal de comunicación y una herramienta de transmisión e información compartida.

Las aperturas mencionadas para poseer condiciones positivas, deben ser manejadas por los individuos, grupos sociales y/o Estados de igual forma pero en distintos niveles, con conciencia de objetivos, de valores y con madurez política y cultural que habilite la construcción de un escenario más allá de la flexibilidad de elecciones dispares y del carácter imprevisible de las situaciones donde se actúa.

El viaje corresponde a la idea de alejarse del hogar pero no para llegar a otro idéntico. La defensa y garantía de diversidad debe estar afianzada a la vez que protegida y valorizada. El sector turístico ejercido con conciencia y respeto, puede

transformarse en un elemento de innovación e integración mundial su facilidad para el encuentro entre culturas y sociedades, el accionar respetuoso hacia la comprensión y el diálogo puede ayudarlo a abandonar su rol de asistente pasivo en favor de un papel protagónico en el contexto de la globalización.

La Política Turística y Adultos Mayores

La declaración de las motivaciones, beneficios y elecciones en las prácticas turísticas se reconoce primigeniamente en el documento italiano llamado “Carta de identidad de los viajes sustentables”, de Montreal, luego de debates produjo en 1997, los principios difundidos por la Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR). La Carta está dirigida a tres sujetos complementarios: el viajero, el turoperador y la comunidad local, cada uno responsables dentro de su rol de consumidor, sujeto comercial y comunidad receptora formada por instituciones y empresarios locales de servicios y población.

La Declaración hizo hincapié en el derecho de todos a viajar, incluidas las personas de diferentes culturas, las de modestos medios económicos y las que padecen de capacidad física reducida. La atención para el ser humano, la descripción de un producto turístico que debe incluir un valor agregado no necesariamente económico, respeto al medioambiente, brindar términos contractuales transparentes y sustentarse en un trabajo humano equitativamente, remunerado y conforme a la legislación vigente.

Las características ambicionadas por estas políticas es que se encuentren en los viajes:

- La motivación a viajar más focalizada al conocimiento que a la diversión o a la visita a lugares y monumentos.
- La estadía sea un lugar que posibilite la creación efectiva de vínculos con la comunidad local.
- El turista que sea responsable se acerque al destino elegido con conocimiento de la realidad que se dispone a visitar. Los conocimientos deben contener no solo los aspectos históricos y artísticos, sino también los políticos, culturales y sociales, que le permitan disponer de los elementos para entender el contexto a visitar.
- El contacto auténtico con la población local y la realidad del lugar, comprender que la relación se conseguirá aproximándose con humildad y respeto, sin estereotipos.
- La elección será vivir en una forma no demasiado diferente de aquella de la población residente, sin exigir comodidades inútiles y/o exageradas.

Las definiciones se multiplicaron según los países, debatiéndose los diversos matices, a menudo con ambigüedades en el discurso político como las de turismo equitativo, turismo sustentable, turismo solidario, turismo justo, turismo comunitario, turismo responsable, etc.

Las políticas como la promoción de salud, prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad, la mejora del sistema de cuidado de salud y la formación de políticas de salud son el resultado de las interacciones entre los profesionales y los usuarios del sistema de salud, donde se desarrolla dicha interacción merecen observancia. El campo de la *política sanitaria y mejora del cuidado de la salud*, a través de *Rodríguez y García (1996)*, ha recibido múltiples aportes sobre los efectos beneficiosos en la salud de los adultos mayores. Las pautas de intervención en el marco de la salud desde la Psicología Social fueron analizadas en extenso por Barriga, León, Martínez y Rodríguez-Marín (1990). Las relaciones entre

la participación comunitaria y la política socio-sanitaria han sido estudiadas por Barriga, Martínez y Rubio (Barriga y Martínez, 1990; Barriga, Martínez y Rubio, 1990).

La primera "Asamblea Mundial sobre Envejecimiento" de Viena (1982), aprobó el Plan de Acción Internacional para la elaboración de políticas sobre envejecimiento. Posteriormente, en Madrid (2002), se realizó la segunda asamblea donde se reformuló este plan de acción, destacándose la necesidad de *"cambios en las actitudes, las políticas y las prácticas a todos los niveles y en todos los sectores, para que puedan concretarse las enormes posibilidades que brinda el envejecimiento del siglo XXI"*. Se pone de manifiesto incentivar la recreación y el mejor aprovechamiento del ocio en los adultos mayores y de cómo sacarlos de su aislamiento luego de jubilarse devolviéndoles el placer de desplazarse para preservar el mayor tiempo posible su independencia tanto física como social.

El contacto renovado con los demás a través de esta actividad les aumentará la capacidad de expresarse, comunicarse y participar. Las posibilidades de realizar sus deseos de visitar distintos lugares traerán aparejados mayor autonomía y hábitos de conducta saludables, según lo expresa PP Marín (2004) en el impacto de los viajes en los adultos mayores en Chile.

La Argentina por su parte, en el año 2006, emite un documento "El turismo como política de Estado" donde expresa los cambios económicos, sociales, culturales y del medio ambiente, inscribiendo al turismo dentro de un fenómeno multiforme emanado de las corrientes de evolución mundial de la economía y de la globalización. La integración del país en el MERCOSUR y la jerarquía que a las normas de integración otorga la Constitución Nacional a partir de su reforma del año 1994 amplía el espectro.

El marco planetario propone nuevos mercados y destinos emergentes que presuponen una redistribución de los flujos turístico, desarrollo de los largos viajes por la desregulación del transporte aéreo, expansión de las empresas con procesos de concentración económica, incorporación de nuevas tecnologías y la conservación del medio ambiente. El hincapié se pone en la conciliación de la identidad cultural de los destinos turísticos por la tendencia a la homogeneización de las concentraciones empresariales, requiriendo de la comunidad receptora la conservación de su patrimonio natural y cultural, a la vez que el progreso acorde de la economía local.

La Ley de Turismo nº 25.997 (2004) y las normativas de diversas actividades, confluyen en regular directa o indirectamente el transporte, servicios de alojamiento, agencias de viaje, personal de la actividad turística, inversiones, gastronomía, etc. El nivel provincial legisla el tema de diferente manera y de acuerdo a sus necesidades con leyes y planes específicos, acuerdos regionales y reglamentos.

El extenso documento menciona dentro del apartado Acciones Desarrolladas, las efectuadas por el Área de Prestaciones Turísticas, propone crear programas de paseos y mini turismo destinados a escolares, familias de escasos recursos, personas con capacidades diferentes y personas de la tercera edad fomentando el campamentismo y el establecimiento de albergues de la juventud y la participación en el Seminario Internacional de Turismo Social "Vacaciones Tercera Edad y el Área de Gestión de Calidad Turística da cuenta de su asistencia a la presentación del Plan Fénix el que desarrolló paneles sobre Infancia y Educación; Políticas de reinserción social; Derechos de la Infancia, la adolescencia y la Tercera Edad y Políticas Culturales, organizado por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Buenos Aires.

El proyecto "Políticas y Acciones orientadas a la Tercera Edad", desarrollado, en el marco del Programa de Protección Social de CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento), con la cooperación técnica de la del Fundación Navarro Viola, fue presentado en el año 2011. El documento enuncia a través del Presidente de la Fundación, *"Confiamos que, tanto por la recopilación de datos como por los aportes de los expertos convocados a participar de los grupos focales ayuden a tomar conciencia e instalar en la sociedad temas para la equidad y el*

crecimiento sobre la Tercera Edad” y añade “Reconocer que la sociedad necesita a quienes transitan la tercera edad es el primer paso para darles el lugar como protagonistas igualmente necesarios de la construcción de una sociedad mejor, más justa y más plenamente humana, y a ello deben enderezarse nuestra políticas y acciones” (Repetto y otros, 2011).

Los Organismos de Gestión Internacional en su devenir dentro de diferencias conceptuales generaron en su seno discusiones éticas sobre las condiciones aceptables para la vida del hombre en sociedad. Las preocupaciones sobre la humanización del mercado cobraron interés después de la caída del Muro de Berlín y el inicio del proceso de mundialización (Nussbaum y Sen, 1996). Las teorías de estos organismos se redactan poniendo de manifiesto el proceso de referencia: la valoración de la vida humana como principio para la concreción de un modelo social gobernable. La concepción de Estado y de la lógica de Gobierno no puede disociarse de los elementos primordiales de la vida.

El dualismo incluido/excluido es la clave de la lectura del problema de la excepción dentro del contractualismo político (Schaeffer, 2009). La gobernabilidad moderna produce y administra modalidades nuevas de exclusión, no las elimina **sino que** modifica las formas de ver la vulnerabilidad. La introducción de caracteres propios, trae aparejadas dos consecuencias, una es señalar a la naturaleza humana como germen de los problemas a gran escala del orden social y la otra se refiere a la dimensión comunicacional la cual demanda discursos y argumentos orientados a las ciencias sociales y la ética, haciéndose compensatorio frente a la especialización del conocimiento y la complejidad de la división del trabajo.

La tecnologización de la población que las políticas asumen y significan por un camino, el diseño de gustos, el tratamiento experimental de los estados de ánimo y la biorregulación de los vínculos sociales y por el otro implica la reaparición de viejas formas de esclavitud, servidumbre y sometimiento bajo la modalidad tecnológica de apropiación progresiva del mundo de los otros. Las contradicciones expuestas son antiguas pero expuestas en el nuevo contexto global y caracterizan a las sociedades no solo como globales sino también como poscoloniales, desterritorializadas, biotecnocientíficas entre otros. (D’Odoricon, (2014).

CAPITULO II

1 TURISMO PLATENSE, UN POCO DE HISTORIA.

De los Años ´40 a la Actualidad

En 1922 aparece la preocupación por convertir a los argentinos en turistas. Es referido como una práctica beneficiosa, se lo vincula con la salud, el nivel cultural y moral. La idea de que el turismo no es el lujo de antaño, sino que los discursos se focalizaron en la salud. El contacto con la naturaleza se hizo primordial. Los argentinos se encontraron con sus bellezas naturales y el transporte que se democratizó para visitarlas, con la aparición, a principios de esta década el colectivo. El primer Congreso Sudamericano de Turismo, sancionando la creación de la Federación Sudamericana de Turismo.

La etapa social comienza con el lanzamiento del turismo obrero como política de estado. El Primer Congreso Obrero de Turismo Social de la Provincia de Buenos Aires en 1948, tuvo como finalidad posibilitar el acceso de la clase trabajadora a los lugares de turismo siendo facilitando la construcción de hoteles y colonias de vacaciones. El noticiero oficial Sucesos Argentinos, Noticiero Panamericano y Noticiero Bonaerense fueron los encargados de publicitar esta especialidad entre los años 1945-1955. Este proceso se lo podría nominar como un comienzo de un turismo maduro. Esta etapa estuvo marcada por una fuerte intervención del Estado que trajo como consecuencia un mayor acceso de la población a los adelantos tecnológicos en materia de transporte; y con ellos una nueva práctica social: el turismo popular (Schluter, 2003).

La mitad del siglo XX encuentra a la ciudad de La Plata con una población comprendida por comerciantes prósperos, profesionales dentro de la esfera oficial y privada, empleados públicos y una universidad nacional en pleno desarrollo, con excelentes profesores entre quienes se contó, solo por citar uno, a Don. Alfredo Palacios. Los colegios secundarios proliferaron tanto oficiales como privados.

La población de más de 65 años, realizaba reuniones en sus residencias, se visitaban entre si y mantenían una vida gregaria. Los jubilados de esa mitad del siglo XX se mantenían en general en sus hogares ya sea por su salud (la esperanza de vida era más corta) o por su economía. Los padres inmigrantes, muchas veces fallecieron pensando volver a ver la lejana tierra abandonada.

Los viajeros de menos edad (lo que llamaríamos hoy población económicamente activa) realizaban excursiones a lugares cercanos y de poseer automóvil incluían a los mayores en los paseos. El destino más elegido era Chascomús, destino que garantizaba aire libre y pesca los fines de semana. El teatro y los cines capitalinos tenían sus muchos adeptos y en ese caso estaban disponibles dos líneas de ómnibus El Río de la Plata, de color rojo que salía de su terminal en la intersección de las calles 54, 6 y diagonal 78 y el Expreso Buenos Aires que de color mayormente azul partía de Plaza Italia, calle 44 y diagonal 79. Los trastornos del viaje eran múltiples y por malos y estrechos caminos, pero los platenses los aceptaban solo pensando en la función del Colón o el estreno de alguna obra de teatro o película en los cines de la calle Lavalle de la Capital.

La ciudad de Mar del Plata quedaba para las vacaciones anuales. Los platenses accedían en sus vehículos o utilizaban el ferrocarril, que en ese entonces partía de La Plata, para hacer uso del turismo sindical.

El tren era muy utilizado y de la estación de 1 y 44 partía el llamado "Marplatense" por vías que entroncaban en la ciudad de Brandsen con las procedentes

de la ciudad de Buenos Aires. Los centros vacacionales de Tandil y Córdoba con sus colonias bancarias, en el caso de la segunda mencionada, también fueron destinos valorados por los platenses con turismo sindical.

El transporte ferroviario garantizaba llegadas a Mendoza y San Juan con el “Libertador”, a Bariloche con el “Aconcagua” y “Lagos del Sur”, entre otros, los que partían solo desde la Capital Federal.

El punto de inflexión en el turismo se da en la década de los '90 cuando comienza la desregulación y privatización realizadas sobre las empresas del Estado y la apertura hacia los mercados mundiales que sin protección, implicaron una serie de ajustes en la economía que repercutieron sobre el bolsillo de los consumidores; se reformaron y se re-adaptaron las líneas de acción de los sindicatos, se promulgó la ley de convertibilidad en detrimento del turismo receptivo, y de alguna u otra manera, la industria comenzó una etapa de desaceleración la cual culminó con una alta tasa de desempleo. El crecimiento del trazado vial que en el país daba cuenta de mejoras en la accesibilidad de ciertos destinos turísticos deja de tener protagonismo. El ómnibus cobra más importancia siendo por mucho tiempo el único medio de traslado hacia los destinos afectados por el cierre de ramales y el turismo que fuera un derecho en la décadas del 40/50 y siguientes, en la del 90 sufre un retroceso.

Los inicios del nuevo siglo encuentran a la Argentina ante el descubrimiento de la potencialidad que posee el turismo y desde este momento en más la ciudad de La Plata y sus habitantes quedan enlazados, ya está instalada la globalización.

Las Universidades crearon dentro de sus carreras facultades dedicadas al estudio del turismo ya sean Maestrías, Licenciaturas o tecnicaturas. El Estado despliega estructuras administrativas de diversa complejidad desde Oficinas o Sectores, Direcciones y Secretarías de dependencias Provinciales o Municipales, hasta el actual Ministerio de Turismo a nivel Nacional.

El Turismo Hoy

La comercialización se encuentra en manos privadas abarcando mayoristas y minoristas de productos turísticos que tras la creación y organización mundial mercantilizan los llamados paquetes turísticos, que conforman una suerte de argamasa tratando de concentrar en ellos la mayor cantidad de destinos con la mayor cantidad de personas posibles en condiciones de adquirirlos, a fin de optimizar el mejor ingreso en el menor tiempo posible. Tales servicios los ejercen las Agencias de Viajes Mayoristas o en escala más pequeña y dependiendo de las primeras, Agencias de Viaje. Asimismo, un sin número de combis, remis, y otros medios de transporte son utilizados por aquellos que realizan viajes y/o excursiones con la documentación no del todo de acuerdo a las leyes vigentes, realizando traslados en trayectos relativamente cortos y con duración de pocos días o en su defecto de uno solo. El rubro incluye desde cenas y concurrencia a teatros, cines, espectáculos deportivos, etc. y fin de semana en las playas más cercanas.

La utilización de estas modalidades operativas muy comunes, no proporciona la cobertura de los lugares especiales buscados por los adultos mayores. Los paquetes turísticos ya se presentan pre-establecidos con numerosas plazas masivas, maratónicos recorridos y diversidad de lugares con tiempo reducido que en su mayoría ya conocen y no le serán de interés. El paquete turístico, así concebido, no tendría por ende el tiempo suficiente para cubrir las aspiraciones puntuales ansiadas que contengan para sí, ni lograr sentirlo o disfrutarlo de acuerdo a sus tiempos y conforme a sus inquietudes.

Contextualización de la Generación. De los Niños de los '40 a los Adultos Mayores Argentinos.

La tercera edad que hasta ese momento le correspondía ese nombre, se convirtió en la edad de los adultos mayores, conformándose una cuarta edad, para los mayores de 80 años, la expectativa de vida cambió.

El año 2010 María Quintana León y otros, expresaron el concepto de adulto mayor turista “como toda persona mayor de 60 años, auto válido y que recibe una pensión directa o como beneficiario, que actualmente viaja o cuenta con la capacidad para viajar y pernoctar en un destino turístico”.

La generación estudiada, corresponde a la generación de Woodstock (festival del movimiento hippie año 1969), hoy los baby boomers, es “la joven generación por excelencia”, nacidos de 1946 a 1964 fueron las personas que experimentaron con relaciones sexuales y drogas libremente, llegaron a la mayoría de edad en las épocas turbulentas manchadas por los asesinatos de Kennedy y Martin Luther King Jr., disturbios políticos, llegada a la luna, experimentación social, movimiento ecologista, feminista, reivindicaciones étnicas de las minorías con protestas y disturbios; pero a pesar de las dificultades sociales comparten una cosmovisión idealista.

La característica principal fue que la mayoría de ellos obtuviera títulos universitarios e ingresaran al mercado laboral en los años setenta, como mano de obra altamente calificada, con una estima de gran confianza. La cualidad de poseer instrucción universitaria, generó que los “baby boomers” desplazaran a los técnicos de la generación llamada la de los “veteranos o tradicionalistas”, generando fricciones, ya que los “veteranos” estaban acostumbrados al respeto a la autoridad y a la antigüedad en el puesto de trabajo.

La revolucionaria, idealista y competitiva la generación aportó su optimismo y ambiciones de cambio a las empresas: querían crecer y el crecimiento en la estructura vertical de las organizaciones se asociaba a los símbolos de estatus: automóvil, estacionamiento, oficina de más metros que los demás, etc.

Los hombres que albergó esta generación fueron los contemporáneos de la Guerra fría con la bipolaridad EEUU y Unión Soviética; Richard Nixon y el Watergate; la Guerra de Vietnam y el mayo francés; la Televisión (de blanco y negro a color) que surge durante su infancia; Barbra Streisand; Nacimiento del Rock & Roll; los Beatles, el movimiento hippie con Woodstock; luego el tránsito de los aparatos analógicos a digitales con la desterritorialización que conlleva; el advenimiento de las computadoras donde fueron aprehendiendo los sucesivos lenguajes a los cuales se adaptaron desde por ejemplo el DOS (hoy en desuso) y muchos otros hasta los microprocesadores; la evolución médica que contribuyó a prolongar la expectativa de vida y a mitigar epidemias; el avance de la aviación y la irrupción de la globalización, etc. El contexto los llevó a considerar los Derechos Civiles, la diversidad, la participación y el espíritu de equipo en el trabajo. La personalidad, en general, calificada como de optimistas se conservó a través del tiempo, su concepción de vida se adaptó y continuaron adelante.

El mercado laboral los hace convivir diariamente con otras generaciones. La gran mayoría ha buscado la “estabilidad de trabajo”, una vez encontrada una buena Empresa, permanecieron en ella haciendo su carrera y considerándose, inclusive, responsables de la misma. La empresa definió su vida laboral, siguiendo el modelo del “empleo para toda la vida”, por lo que demostraron lealtad hacia la organización y “vivieron para trabajar” y ascendieron dentro de ella buscando permanencia y realización.

La característica principal fue que la mayoría de ellos con sus títulos universitarios ingresaran al mercado laboral en los años setenta, como mano de obra altamente calificada, con una estima de gran confianza. La cualidad de poseer instrucción superior, generó que desplazaran a los técnicos de la generación anterior conocida como la de los “veteranos o tradicionalistas”, generando fricciones, ya que

estos estaban acostumbrados al respeto a la autoridad y a la antigüedad en el puesto de trabajo.

La revolucionaria, idealista y competitiva la generación aportó su optimismo y ambiciones de cambio a las empresas: querían crecer y el crecimiento en la estructura vertical de las organizaciones se asociaba a los símbolos de estatus: automóvil, estacionamiento, oficina de más metros que los demás, etc.

El resumen de sus características fundamentales con las cuales conviven cotidianamente y aun ejercen, son de acuerdo a Zemke y otros, año 2000, las de ser:

- Experimentadores,
- Individualistas, Buscan la auto gratificación,
- Crean en el crecimiento y desarrollo personal,
- Espíritu libre,
- Su característica principal es que la gran mayoría obtuvieron títulos universitarios,
- Ingresaron al mercado laboral con una estima de gran confianza,
- Se consideran el centro de atención,
- Aprendieron de trabajo en equipo en la escuela y el hogar,
- Practicantes de la espiritualidad y del significado de la vida.

La jubilación de hoy afectará algunas ocupaciones muy especializadas por ejemplo, muchos son ingenieros nucleares y pocos estudiantes están entrando en este campo para reemplazar a los empleados que van saliendo.

Las alineaciones empresariales están desarrollando programas que los animan a prolongar sus años de trabajo profesional y experimentar con arreglos de trabajo a medio tiempo, práctica que ayudaría internamente a transferir esencialmente los conocimientos institucionales de empleados experimentados a ingresantes.

"El futuro de la jubilación", estudio propiciado por el Banco HSBC entrevistó a más de 11,000 personas de todo el mundo y revisó las actitudes respecto de la jubilación en Brasil, Canadá, China (tierra firme), Hong Kong, Francia, India, Japón, México, el Reino Unido y los Estados Unidos, países que contienen a más de la mitad de la población mundial y que constituyen una muestra representativa. La investigación reveló que en seis de las diez sociedades encuestadas el trabajo alternado con el ocio fue visto por la mayoría como el "estilo ideal de vida posterior" alejándose de la noción de que la vida posterior sea dominada por la jubilación pasiva.

El presidente J. Bond, del grupo de HSBC propulsor del estudio, expresó que se descubrió que las personas del mundo ya estaban creando sus propias soluciones. *"descubrimos que las personas no están sólo esperando trabajar más tiempo, ahora quieren mezclar el trabajo y el ocio, el aprendizaje y el descanso. Por lo que es crítico que los gobiernos y las instituciones financieras comprenden estas tendencias en el comportamiento y la actitud de esta generación"*.

La generación hoy está nuevamente desafiando estereotipos, en este caso, el cambio de carrera profesional, en lugar de ponerle fin, buscan carreras post-retiro o emprendimientos que les generen ingresos con horarios flexibles.

La llegada de la globalización en las décadas de los ochenta y noventa y con ella la ola de fusiones, adquisiciones y la temida reorganización o reestructuración de las Organizaciones, mediante despidos con objeto de mantener competitivas sus estructuras, hizo que muchos que habían ingresado al mundo corporativo anhelando alcanzar la cúspide, fueran expulsados. La identidad no podía construirse ya más a partir del trabajo y ese fenómeno desencadenó en ellos una profunda depresión.

La Argentina alberga personas de esta generación con los rasgos descriptos marcados y la ciudad de La Plata por extensión también los alberga, siendo los adultos mayores de los cuales se ocupa la presente investigación.

2 LOS PREJUICIOS, LA INVISIBILIDAD Y EL EMPODERAMIENTO COMO RESPUESTA

El Prejuicio

La discriminación o prejuicio desde el punto de vista estructural serían sinónimos ya que son mecanismos sociales que ayudan al sistema a reproducir sus pautas culturales y económicas.

El prejuicio es *“una estrategia perceptiva que predispone a adoptar un comportamiento negativo hacia personas o miembros de este grupo, cuyo contenido descansa sobre una generalización errónea y rígida respecto de ese objeto y que prescinde de datos de la realidad”* (Gallean, 2003:1), también puede ser de finido como *“una actitud que tiene una persona hacia los miembros de un grupo minoritario”* (Cohen, 2000: 178). Los prejuicios son los conductores y orientadores de las actitudes discriminatorias hacia el grupo objeto de la invisibilización, (Bastidas y Torrealba, 2014).

La concepción de Wallerstein (1991) es que el prejuicio no es solamente el rechazo al otro diferente, sino que debe ser entendido dentro de la práctica de la “economía-mundo”. La eficiencia económica es alcanzada por la sociedad a través del prejuicio al menor esfuerzo y costo posible (en Margulis y Urresti, 1999:229-232), aunque la discriminación puede tener relación con la política y con la economía y no es fruto exclusivo del desarrollo capitalista. El racismo y la discriminación según Robert Miles deben ser consideradas “ideologías” ajenas e independientes de las prácticas capitalistas y sus modos de elaboración; como un fenómeno “contradictorio” donde lo que es funcional para un grupo (el que discrimina) es proporcionalmente disfuncional para el otro (el discriminado).

La certeza para otros autores consiste en que no es posible estudiar el prejuicio sin analizar el orden social y las relaciones de poder entre los grupos involucrados. Los ubicados en una posición de privilegio dentro de la estructura social intentarán a través de la subvaloración y la discriminación perpetuar y conservar esos privilegios. El grupo discriminado asumirá su rol y contribuirá a la reproducción del orden social, no en forma explícita; *“cuando un grupo discrimina a otro lo que subyace es el miedo a la pérdida de su posición y estatus”*. (Clark, 1968) (De Francisco, 1997:72-75) (Essed, 2001b:495) (Brascombe y Schmitt, 2002).

La tendencia a la disminución del prejuicio existe en la actualidad y ello lo sustentan algunos autores como (Dovidio y Gaertner, 1986: 20-35), aunque no queda claro si es realmente así o éste ha tomado otra forma. El prejuicio del hoy es diferente del de ayer. La discriminación abierta de mediados del siglo XX, es contraria a las normas institucionales y sociales. McConahay ha definido entre *“racismo Anticuado”* y *“racismo moderno”* a las diferentes construcciones mentales que se manifiestan hoy. Lo que hoy puede perturbar a los que poseen prejuicios modernos es que las políticas estatales violen los principios occidentales básicos arraigados en la cultura. El ejemplo lo constituye cuando se obliga compulsivamente a contratar en los trabajos personas de otra etnia o religión. (McConahay, 1986:135). El paralelo de esta situación lo constituyen los adultos mayores con respecto al discurso, si bien existen declaraciones internacionales y nacionales, escritos académicos, etc. sobre la importancia y preeminencia del rol social asignado, en la realidad existe una división entre el prejuicio inmutable y la conducta de algunas prácticas y actitudes impávidas y calladas, entre el turismo y sus prestaciones destinadas a la tercera edad.

La Invisibilidad

Los adultos mayores sufren en la actualidad el “Síndrome de Invisibilidad” que fuera desarrollado por Ring (1994) señalándolo como aquel que soportan las personas de edad en la sociedad actual cuando se ignoran sus problemas y necesidades físicas, psicológicas, sociales y económicas. La situación genera en los adultos mayores sentimientos de pérdida de poder y de recursos para enfrentar la falta de respeto, la exclusión y la indiferencia que padecen diariamente.

La exclusión para Arias (2005) y otros autores, en algunos casos llega a situaciones extremas que permiten ver las graves consecuencias psicológicas que puede ocasionar el aislamiento social en las personas de edad. Las consecuencias que la invisibilidad ocasiona a los adultos mayores, aseveraban Arias y otros autores en el año 2005, afectan el estado de ánimo y la autoestima e incluyen ira, vergüenza, aislamiento, indefensión aprendida, depresión y se puede pensar en el extremo del suicidio. El bienestar de los sujetos se ve afectado negativamente incrementando las posibilidades de enfermedad y muerte.

La pérdida de control es un rasgo distintivo de la invisibilidad y es aquel en que los sujetos comienzan a expresar síntomas depresivos, lo sienten por haber perdido fuerza física, belleza, capacidad, etc. y creer que no pueden manejar su vida tal como lo hacían previamente. Las limitaciones psicofísicas, económicas y sociales, los dejan expuestos a un sentimiento de desprotección que los lleva a temores generalizados, un fuerte bloqueo ante diversas actividades y un sentimiento de incompatibilidad frente a cualquier tipo de proyecto personal. La pérdida de control se encuentra íntimamente relacionada con la sensación de menoscabo en el reconocimiento y aprobación externa. El fortalecimiento externo puede permitir que el sujeto recupere la sensación de capacidad que le permite reorganizar proyectos personales.

El espacio en los discursos dentro de diversos ámbitos surge a menudo una noción que se presenta como “tema” y después como “problema”, es en ese momento cuando puede ser prudente preguntarse qué justifica este hecho. La invisibilidad es entonces, un fenómeno que no tiene nada que ver con lo escondido, con lo oculto o lo espectral, ni tampoco infraperceptivo, según Leibniz son las “pequeñas percepciones” insensibles, pero presentes y percibidas, las que cuando adquieren una intensidad suficiente, se integran en un todo en detrimento de los adultos mayores.

El hecho de que lo social y lo público, a pesar del modernismo descansen sobre una zona de invisibilidad, suponen un proceso de invisibilización. Las características de las sociedades modernas, puesta en evidencia por Michel Foucault, es que el poder político no se ejerce sólo por la presencia evidente de la soberanía del Estado y sus aparatos visibles, a esta manifestación del poder se le han añadido, de a poco, múltiples prácticas y tecnologías de poder diseminadas en el cuerpo social que obran simultáneamente sobre los individuos y las poblaciones y que proponen una gestión de la vida. La forma que Foucault llamada biopolítica, tiene la notable característica de no ser percibida. La característica no sólo se encuentra en todo tipo de relación de poder y de saber, sino que al confundirse con el gobierno de la vida (biopoder), es conformado internamente de algún modo. Los sujetos que están constituidos por este poder, lo reproducen y legitiman, siendo más eficaz en cuanto que no es percibido como obrando desde el exterior, como lo hace el poder soberano del Estado.

El estado consciente toma partido por la existencia mutilada y desclasificada de los excluidos, los subalternos, los sin trabajo, los pobres, los pordioseros, los vigilantes, las empleadas domésticas, los ancianos, las amas de casa que están presentes pero no existen y son violentados por agendas discriminatorias de lo que es visible y audible en la sociedad moderna.

La filosofía social crítica, analiza los modos de violencia y discierne sobre el sentido y valor de los invisibles por hacerse visibles.

La invisibilización tiene que ver con los estereotipos entendidos como generalizaciones que se hacen con respecto a los individuos de ciertas categorías sociales sobre los cuales se espera que exhiban ciertas características de personalidad y pautas de conductas preconcebidas (Cohen, 2000: 178).

La estereotipación es un proceso que sistematiza e integra la simplificación de las características fundamentales de un grupo, al tiempo que desarrolla las estrategias de ampliación y generalización de ciertos rasgos negativos, con el objeto de omitir, ocultar o bien atenuar las características positivas de un grupo (Montero, 2008). Los procesos así concebidos permiten organizar un discurso que describe y presenta al grupo estereotipado frente a la sociedad en general, generando valoraciones frente al todo social. Los estereotipos que no se modifican, aun cuando haya evidencia o información que se puedan transformar, permanecen en el tiempo y son difíciles de despejar o cambiar.

El Empoderamiento

Los prejuicios y la invisibilidad silente en los discursos solo tienen como respuesta posible de los adultos mayores hoy, el empoderamiento. Las investigaciones de reciente data, han demostrado la existencia de variados prejuicios y estereotipos contrarios acerca de la vejez y aunque tienen amplio consenso, carecen de fundamento científico. La postura de Hartsock (1990) sostiene que frente a ciertos discursos hegemónicos que sitúan el poder de determinadas maneras, hay una contrapartida que es el modo generativo. El concepto definido de este modo sería la capacidad que tienen algunas personas para estimular la actividad de otras y elevar su estado de ánimo, o como la manera de resistir y encontrar una salida distinta al malestar.

El concepto de empoderamiento, que de ello se trata, muestra una variedad muy amplia de ideas que han dado origen a una diversidad de definiciones en diferentes disciplinas relacionadas con diversos contextos socioculturales y políticos. La actualidad muestra en los estudios y prácticas que el desarrollo del concepto ha trascendido la perspectiva de género y ha adquirido una amplia utilización en las exposiciones sobre el desarrollo, el trabajo comunitario y social, o la cooperación al desarrollo y es utilizado por las agencias como las Naciones Unidas o el Banco Mundial, entre otros (Hegoa, 2006). Rowlands (1997), considera que el empoderamiento consiste en incorporar a los procesos de toma de decisiones a las personas excluidas de ellos, por lo cual será entonces, la relación con las diferentes formas en las que opera el poder.

La toma de conciencia y la participación en la toma de decisiones marcha asociada al sentido de control sobre la propia vida y es incorporado por J. Rappaport (1984) dentro de la psicología comunitaria, esto implicará que las personas deben adquirir nuevas capacidades en el contexto de la vida diaria, en vez de que ellas provengan desde expertos.

Los adultos mayores involucrados en procesos de empoderamiento son los únicos que pueden decidir los factores de éxito de los mismos, poniendo el acento en los derechos y habilidades en lugar de los déficits y las necesidades, desarrollando una idea de empoderamiento desde una concepción política del ser humano, como "ciudadano" inmerso en un contexto político y social.

Los cuatro elementos asiduamente presentes en los estudios de empoderamiento de Narayan-Parker, 2002 y son: el acceso a la información, inclusión y participación, rendición de cuentas y capacidad local de organización.

Las Naciones Unidas (2012) define el empoderamiento como un proceso iterativo que requiere un entorno inclinado a permitir y alentar la participación de cualquier persona a lo largo de su vida, de forma individual o colectiva, en la toma de

decisiones sobre aspectos que afectan a sus vidas en los niveles económico, social y político. Esto incluye acceso al conocimiento y la información necesarios, para lo cual las tecnologías de la información y la comunicación juegan un papel fundamental.

El empoderamiento tiene una importancia fundamental en el aumento del bienestar y la calidad de vida en la vejez, donde aún múltiples aspectos propician procesos de pérdida de poder. Las posibilidades de tomar decisiones y de resolver los problemas que los involucran, como así la representación social y la irrupción en forma insipiente en las redes sociales forman parte de la penetración del adulto mayor en el mundo.

El incremento de la autonomía y del autoconcepto, es indudable que posibilita el mayor ejercicio de roles, funciones y derechos que pudieron haberse perdido o que posiblemente nunca les fueron proveídos. La representación social del envejecimiento se encuentra atacada y asociada a la visión que la declinación reduce una perspectiva más amplia de la identidad de los adultos mayores con pocos valores efectivos que la califiquen.

Los adultos mayores aunque poseen expectativas positivas sobre su proceso de envejecimiento parecen ser vulnerables a la amenaza de los estereotipos, cuando sienten que corren el riesgo de confirmar un estereotipo negativo existente acerca de su grupo, según lo manifiesta Steele en 1997. El efecto es un incremento de ansiedad y amenaza, las que pueden interferir con la ejecución de tareas intelectuales y motoras.

Las organizaciones de adultos mayores han surgido y se han multiplicado de manera considerable en las últimas décadas. La actualidad asume la coexistencia de múltiples grupos y redes de personas de esta edad, tanto en niveles nacionales como internacionales. La congregación se ha efectuado bajo la forma de autogestión y con distintos fines. El motivo de su creación ha sido, en algunos casos, explícitamente de reivindicación y caracterizado por la lucha de garantizar sus derechos y en otros sencillamente por generar espacios de reunión para actividades culturales, sociales, deportivas o recreativas.

3 ASPECTOS PSICOSOCIALES DEL VIAJE DE LOS ADULTOS MAYORES

EL PRE VIAJE

De la Nostalgia a la Personalización de los Recuerdos

La nostalgia es un concepto emocional. La presencia de sentimientos, sensaciones y llamadas de acción a los recuerdos profundos y arraigados en las personas provocan emociones. La neurociencia envuelve la información cualitativa reveladora.

El cerebro es propenso a la generación de pensamientos cargados de nostalgia, el sujeto es capaz de recordar e imaginar y la capacidad de modificación de los pensamientos y recuerdos que a través de la imaginación confiere bienestar psicológico.

Los recuerdos se pueden disfrutar y modificar hasta los extremos o de manera suave de forma que al recordar algo del pasado, se puede mejorar la sensación vivida o conferirle a ese pensamiento fines alternativos.

El cerebro está diseñado para generar ese recuerdo y dotar a las experiencias pasadas de una mejor vivencia imaginaria. El hecho recordado es mucho mejor de lo que fue y ese es el motivo de que se genere ese bienestar psicológico. La nostalgia posee una gran influencia emocional y genera sensaciones que surgen del interior como imágenes, sonidos, olores, tactos, sabores... sentimientos del pasado que vienen a transportar mentalmente a épocas anteriores donde el entorno era diferente (Torreblanca, 2014).

El médico neurólogo portugués Antonio Damaso asevera que *“El cerebro humano es un misterio dentro de otro, formado por 100.000 millones de neuronas”* mostrando la complejidad del sistema funcional de los humanos y comienza a justificarse cuando se toman decisiones.

Las emociones en su totalidad ya están registradas en nuestro cerebro, enfrentando cada situación, el sistema cerebral aportará una respuesta a la decisión a tomar, en función a las emociones registradas, las que se pueden aprender a educar y modular hasta cierto punto, porque mantienen un componente irracional potente e inesperado. La correlación entre emociones y decisiones siempre sucede.

Las emociones son un elemento intrínseco del ser humano. Alma, corazón y mente generan un triángulo fantástico donde las emociones circulan y determinan acciones.

Las emociones se pueden cubrir de esperanza, nostalgia, miedo, alegría, felicidad, conciencia, ilusión y todo lo que sea capaz de generar sensaciones, causando posteriormente una emoción.

Los elementos sensoriales que mayores efectos provocan en el comportamiento son el olor y el olfato. La fragancia de un perfume puede transmitir la sensación de un océano o las fragancias las flores de la Alambra en primavera. El sentido olfativo genera la consciencia de estar en ese lugar, lo cual provoca un recuerdo a largo plazo del lugar. Los aromas alteran nuestro estado de ánimo y nuestro comportamiento, al tiempo que sensaciones en nuestro sistema sensorial.

La memoria sensorial que es la fijación en el sistema de memoria de la información sensorial, puede ser icónica que fija a modo de fotografía; los estímulos visuales o ecoicos que fijan los auditivos. La memoria a largo plazo es un almacén relativamente permanente e ilimitado del sistema de memoria; la cual, siendo declarativa almacena eventos, también se llama explícita y entiende en la adquisición de datos directamente accesibles a la consciencia, como sucesos, lugares, palabras, caras, etc.

Las historias, son las que nos permiten navegar con la imaginación, descubrir sensaciones, percibir escenarios idealizados; para en definitiva, desembocar en algún estado emocional que puede ser determinante.

Las últimas décadas de los países desarrollados y con concepción mercantilista, generaron en el año 1999, la aparición de la denominada por Rolf Jensen, Sociedad del Ensueño. El estudio presenta sus ideas con aplicación al turismo; encuentra que se incrementan los segmentos de población que buscan el consumo de servicios turísticos que ofrezcan la posibilidad de vivir nuevas experiencias en las que puedan desarrollar sus emociones. La respuesta ante este reto, es ofrecer un mercado turístico que trate de atraer a estos nuevos clientes. La observancia de distintos perfiles y tipologías turísticas hacen que tengan irremediabilmente como consecuencia la progresiva implantación de la Sociedad del Ensueño en la actividad turística

El desarrollo que ha tenido este cambio cultural ha provocado que cada vez más individuos busquen el consumo de servicios turísticos que satisfagan, su necesidad de tener experiencias vitales y sensaciones inolvidables, dentro del *mercado de las historias*. La nueva realidad, desafía a las empresas y organizaciones vinculadas al sector y a los propios destinos turísticos, a adaptar su oferta a las demandas y deseos de este emergente perfil de clientes. Los cambios producidos en la población reflejan su influencia en el Turismo indicándole que debe permanecer constantemente atento a las dinámicas sociales.

El profesor Álvarez Sousa teniendo en cuenta este cambio destaca en su trabajo "Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI" que "*el turismo es un subsistema que forma parte de un sistema social más amplio*", por lo que "*entender los cambios que acontecen en el turismo pasa por entender los cambios en la estructura del sistema más amplio del que forma parte*" (Álvarez Sousa, 2004: 15) y para Jensen, "*la sociedad del ensueño sugiere eso mismo*", expresando "*el mercado de los sueños reemplazará gradualmente al mercado basado en la realidad de la información*" de diferente forma, "*el mercado de sensaciones eclipsará al mercado de productos tangibles*" (Jensen, 1999: 3-4)

La relación surgente con lo señalado anteriormente es como la interiorización en una parte de la población de los valores postmaterialistas (producto de los cambios sociales precedentemente referenciados) provoca que un mayor número de turistas demande destinos en los que puedan acceder a nuevas experiencias vitales, ya que los turistas prefieren buscar las emociones o el viajero espera encontrar algo nuevo y distinto que en principio no esperaba.

Los dos autores sostienen, Jensen y Álvarez Sousa (2007: 237), que "*frente a la racionalidad que culminó con la sociedad de la información, surge una nueva sociedad en la que lo importante es saber fabricar productos basados en aspectos diferenciales que se pueden resumir en añadirle distinción a la calidad del proceso, saber contar historias en lugar de empaquetar sin más*".

La Sociedad del Ensueño, podría afirmarse, supone un cambio de valores y de percepción respecto a la Sociedad de la Información. En este sentido el profesor Álvarez Sousa (2007: 237-238) pronuncia, "*podemos resumir los parámetros de la sociedad del ensueño frente a la sociedad de la información en base a una serie de oposiciones*":

- *La Sociedad de la Información es primero lo tangible (objetivo), en la Sociedad del Ensueño lo primero son las sensaciones (subjetivo).*
- *La Sociedad de la Información es mente e inteligencia, la Sociedad del Ensueño es corazón.*
- *La Sociedad de la Información prima el logos, en la Sociedad del Ensueño es el mito.*
- *En la Sociedad de la Información es de discurso abstracto, en la Sociedad del Ensueño se valorarán las historias y el rito mítico.*

- *Frente a la tecnología (Sociedad de la Información), los valores (Sociedad del Ensueño).*
- *Frente a la razón (Sociedad de la Información) la sensación (Sociedad del Ensueño).*
- *Frente al confort físico (Sociedad de la Información) la satisfacción espiritual (Sociedad del Ensueño).*
- *Frente a la Inteligencia Racional (Sociedad de la Información), la Inteligencia Emocional (Sociedad del Ensueño).* (Leira Landeira, 2013)

La diversificación de la sociedad ha dado lugar a una variación de la oferta turística, en la cual en un mismo viaje el cliente quiere disfrutar de diferentes tipologías de Turismo. En relación con esta idea, Eulogio Bordas (2003: 3) señala como “la tendencia que observamos ahora mismo en el turismo es hacia la *personalización*”, lo que puede entenderse como una inclinación de la demanda turística hacia la fragmentación. El Presidente de la consultora turística THR habla de la necesidad que tienen los agentes turísticos de adaptarse a estas nuevas exigencias, destacando que “*el señor Smith exige un servicio hecho a medida y si no sabemos convertirnos en sastres para hacerle trajes a medida, estamos perdidos*”.

Las motivaciones son la razón principal del viaje. Es la razón sin la cual no hubiéramos viajado,

Personalizar Recuerdos y Motivación

Las motivaciones que son solo objetos de la imaginación, fantasías e imágenes que desarrolla la mente se van convirtiendo en deseos y solo pueden ser satisfechos si se llevan a cabo las actividades deseadas.

Cuando el sujeto viajero decide desplazarse, realizar las actividades de su deseo y al viajar hacer uso de las motivaciones estas se deben convertir en realidad, en experiencia o vivencia.

La motivación turística, propone Luis Fernando Jiménez (2012), da a entender que mientras el turista no exista, el turismo tampoco, es por eso que para que existan función y valores, se necesita una motivación por parte del individuo.

La fuerza interna que hace que el sujeto se desplace es la motivación. Boyer (2003) pensaba que el viaje puede ser manifestado como una actividad que transita por tres etapas, el viaje imaginado, el material, el vivido o real y el viaje recordado (retroalimentación), tanto es así, que para Franco (2006) la tarjeta postal es un elemento de referencia en todas las etapas descritas por Boyer (2002) en relación a un viaje, donde el antes es un factor de estímulo, el durante un elemento de registro y el después una afirmación de la memoria.

Los viajes para mayores, entre otras múltiples propuestas es para Iacub y Sabala (2013) la de construir un nuevo actor social que lo haga emerger como un sujeto activo, con roles más amplios y más desarrollado en su condición etarea.

“En el mismo instante en que ese sorbo de té mezclado con sabor a pastel tocó mi paladar... el recuerdo se hizo presente... Era el mismo sabor de aquella magdalena que mi tía me daba los sábados por la mañana. Tan pronto como reconocí los sabores de aquella magdalena... apareció, la vieja casa gris con fachada a la calle, donde estaba su cuarto, vino como una decoración de teatro a ajustarse al pabelloncito del jardín que detrás de la fábrica principal se había construido para mis padres; y con la casa vino el pueblo, desde la hora matinal hasta la vespertina y en todo tiempo, la plaza, adonde me mandaban antes de almorzar, y las calles por donde iba a hacer recados, y los caminos que seguíamos cuando hacía buen tiempo, [...]., todo eso, pueblo y jardines, que van tomando forma y consistencia y que salen de mi taza de té[.....]”, es la vivida descripción en el libro Cosmopolis (2010).

Las teorías sobre la motivación que son muchas, se dividen en tres grupos, según el Prof. Bonilla. La primera se trata de cómo la motivación esta proporcionalmente identificada con las actividades, descanso, diversión, y desarrollo personal (tipologías turística), el segundo grupo es donde la motivación ya es un impulso hacia las actividades que se relacionan con el desarrollo personal, la huida de la monotonía (teoría de las Fantasías Turísticas) y en el tercero se ve como la motivación lleva al viajero a esa actividad (interpretación de porqué va a ese destino); todos los grupos y de manera subjetiva forman parte del proceso interno del individuo.

EL VIAJE

Los Sistemas para el Viaje

El entorno próximo que envuelve al viajero en forma inmediata, contiene su situación económica, disposición de tiempo, información y tecnología. Las entidades y organismos lo entornan e inciden en forma tangencial, pero ellas son definitivas para que el sistema turístico funcione, haciendo posible el acceso del turista a su cometido: el traslado.

El turismo puede transcurrir confluyendo en su camino desde un viaje a un centro sagrado hasta una forma inmutable de ejercer el Ocio, pasando por una expresión cultural.

La elección, por el momento, es mencionarlo como un sistema interconectado de factores motivacionales vinculados o no a los atributos del destino turístico y asociados a características psicológicas del viajero o posiblemente un encuentro entre huéspedes y anfitriones (PI-Sunyer, 1977; Smith, 1977; Santana-Talavera, 2006).

Desde hace unos años, los padres fundadores del paradigma sistémico en turismo discutían que el turismo es un hecho social total cuyos alcances y funciones deben ser estudiados en forma comprensiva y holística. Para Neil Leiper (1979) el sistema turístico tiene tres componentes: los turistas, centro del tejido de la trama; los elementos geográficos, con las regiones emisoras, de tránsito y receptoras y como tercer elemento, la industria turística propiamente dicha, la que combina los matices de negocios y empresas que operan en el mercado. Cada uno interactuando con el resto formando una red de servicios.

Los factores intervinientes para unos son innumerables, tantos que casi han llevado de la incomprensión de unos (Meira-Martoni, 2011) a la simplificación de otros (Munoz-Escalona, 2011; Tribe, 2010).

La distinta forma de Molina en 1986, es pensar que el turismo se articula por medio de un conjunto de subsistemas relacionados a un objetivo conjunto. La dependencia se compone de una superestructura, formada por leyes, normas y reglamentos, una demanda: los turistas, que soporta y permite la comunicación entre partes (camino, aeropuertos etc.), los atractivos (naturales o culturales), el equipamiento (hoteles, agencias de viaje, empresas) y la comunidad receptora.

Los sistemas, sin embargo, no se distinguen por su límite sino por su complejidad. Los dos sistemas pueden interactuar en diferentes dimensiones del mismo entorno (Osorio-García, 2004; 2007).

La primera vista, coloca como principal elemento como sistema al motivo del viaje y latente dentro coexistencias esenciales, como lo manifiesta el estudio comparativo de los investigadores Gil-Moreno y Quintana-Aguiar (2006) los cuales llegan a fundamentar que en los clientes ejecutivos predomina una tendencia racional de control mientras que los clientes vacacionales demuestran una motivación orientada a lo emocional.

El Motivo del Sistema es el Viaje.

El turismo como una parte importante del ocio, en función social revitaliza los lazos sociales rotos por la interacción entre los subsistemas político, económico, religioso y geográfico y una perspectiva superadora, este aporte sugiere la idea de considerar al turismo en forma comparativa y experimental con otras formas de organización social.

El turismo pudo desenvolverse con firmeza específicamente por el aumento mundial de la circulación de personas, las políticas públicas y el sector privado, junto con la consiguiente urbanización, posibilitaron la infraestructura necesaria.

El movimiento estético impuso el pintoresquismo como el disfrute del paisaje y los Estados que se volvieron defensores de la conservación del patrimonio artístico y arqueológico de la humanidad comenzaron a manifestarse en 1931, a través de la Carta de Atenas a fin de prestarse recíprocamente una colaboración cada vez más intensa que afirme el cometido.

CAPITULO III

1 DISEÑO, METODOLOGIA Y ANALISIS

Diseño

Las cuestiones que hacen al destino turístico como tal, enfocando no sólo en sus aspectos constitutivos sino además, atendiendo a las variables que intervienen en el proceso imagen-destino y su incidencia en la teoría de la elección viajero son para Castaño, 2005, lo que constituye un destino turístico, entendiendo como tal “*el ámbito espacial donde se ubican una serie de recursos diseñados en su conjunto para atraer y satisfacer diferentes necesidades y expectativas de los consumidores turísticos que se desplazan, permanecen e interactúan en dicho lugar por un cierto período que debe ser no inferior a 48 horas*”.

Las variables de las motivaciones que inciden dependen también de las características de los turistas, tanto de los propios factores (fidelidad al destino, nacionalidad), como de otras características personales de los individuos: género, edad y composición del grupo de viaje.

El género y la edad se encuentran dentro de los factores personales más destacados que determinan la percepción del viajero, así lo ponen de manifiesto los estudios de McClearly y Weaver (1994), Callan y Bowman (2000) y Oh *et al.* (2002), al igual que el trabajo de Ekinci *et al.* (2003), los que lo señalan como factor discriminante junto con las motivaciones de la edad. Los factores expuestos se han incluido para el segmento específico de la tercera edad.

El otro aspecto que puede influir en las motivaciones y recuerdos, es la composición del grupo de viaje, en este sentido, los trabajos de Armstrong *et al.* (1997) y Chu y Choi (2000) así lo revelan, destacando estos autores que la incorporación de niños en grupo de viaje es un aspecto determinante de las motivaciones y la imagen formada por los padres.

Las motivaciones de los turistas también influyen en forma crítica en el proceso de toma de decisión y selección del destino, en este sentido, se pueden definir las motivaciones como un estado de la mente significativo que lo predispone a viajar y que es entendido por otros como una explicación para la decisión de viajar (Dann, 1981); mientras que el beneficio buscado hace referencia al conjunto de atributos que satisfacen motivos específicos representativos de los factores que afectan el nivel en el cual un individuo participa en esa actividad (Bergier, 1981).

La motivación, como una fuerza antecesora del comportamiento, permite un mejor entendimiento de las expectativas reales de los viajeros, sus necesidades y percepciones (Mansfeld, 1992).

La teoría de la motivación básica de Fodness (1994), describe un proceso dinámico de factores psicológicos internos (necesidades, deseos y objetivos) que generan un nivel inconfortable de tensión dentro de la mente y el cuerpo del individuo. El esquema funcional desarrollado por Katz en 1960 y a partir de un estudio cualitativo, se diseña una escala de motivaciones de viaje que se agrupan en cuatro funciones básicas:

- Las de conocimiento, que incluye motivos culturales relativos a tener experiencias con otras culturas y visitar lugares de interés actual o histórico;
- Las utilitarias, vinculadas a motivos relacionados con la idea de escapar de la rutina diaria, intentando reducir las consecuencias de las

presiones y responsabilidades cotidianas y buscar actividades de ocio que recompensen;

- Las sociales, que hacen referencia a motivos vinculados a la interacción social, bien sea con la familia o con otras personas que ayudan a intensificar las relaciones interpersonales, y
- Las de autoexpresión, que incluyen la autoestima y la mejora del ego, con ese objeto el individuo puede expresar valores que considere importantes a otras personas. (MORENO GIL y otros, 2012).

La metodología elegida, cuali-cuantitativa, atiende a la consideración que ambas pueden ser complementarias. Los acólitos del cuantitativismo en muchos casos desconocen la naturaleza exacta de la investigación cualitativa y piensan que se tratan de estudios sobre muestras demasiado pequeñas para someterlas a análisis estadísticos. La investigación cualitativa, sin embargo, arroja luz sobre la naturaleza de las variables, su fuerza y sus interacciones, pero al igual que los estudios cuantitativos, sirven para examinar la causalidad de los fenómenos pero a diferencia de aquellos, su objetivo es determinar “que” ocurre y no “con qué frecuencia” ocurre. Los métodos cualitativos resultan mejores cuando las variables carecen de definición o no se pueden controlar, pudiendo aplicarse a un individuo o a un grupo pequeño y revelan que está sucediendo, sin tratar de determinar asociaciones o frecuencias.

Los métodos cualitativos combinados con los cuantitativos, pueden ayudar a entender la forma en que se generan con el fin de investigarlo en un fenómeno complejo, especialmente cuando las variables no muestran una relación evidente con un resultado determinado.

El tipo de muestreo elegido ha sido el no probabilístico con procedimiento de selección de elementos por conveniencia, es decir, la elección de los sujetos que la componen no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, por ende no se mantiene la equiprobabilidad en el escogimiento. La utilización de esta táctica es frecuente en muchas investigaciones, produciéndose a partir de ellas inferencias sobre la población.

La desventaja desde el punto cuantitativista es la de no ser probabilística, motivo por el cual no se puede calcular con precisión el tamaño óptimo de la muestra, ni el error que a su vez conlleva el desconocimiento del nivel de confianza de la estimación. El sentido cuantitativo interpone que para el total población de 65 años y más, residente en el casco urbano de la ciudad de La plata, se obtenga una muestra probabilística mayor, establecido el tamaño óptimo tomar el camino del azar para relevar los elementos. La solución, en el caso de no poseer un marco de muestreo apropiado, sería una vez logrado el tamaño de la muestra, aplicar un muestreo por cuotas.

Los sujetos tipo, población platense de 65 y más años, se elige para los integrantes con el objeto de analizar valores, actitudes, conductas y significados de este grupo social.

El instrumento de medición aplicado fue un cuestionario estructurado y directo, ejecutado en forma anónima y personal, con preguntas dicotómicas, múltiples y abiertas, presentación por intervalos de edad y escalas Likert.

La organización del cuestionario se efectuó mediante caminos, razón por la cual, no es conveniente su auto administración, en su defecto debe confeccionarse un instructivo y capacitar a los encuestadores a fin de cometer errores de importancia.

El modelo utilizado para el relevamiento se encuentra incluido en el Anexo.

La confiabilidad y validez se ha evaluado a través las pautas del Screening. El cuestionario aplicado a solo un grupo de adultos entre 60 y 80 años y más, posee una estructura peculiar en forma de caminos, motivo por el cual no se puede aplicar el coeficiente de alfa de Cronbach indicado para la confiabilidad de test homogéneos y por ende obtener el coeficiente de confiabilidad ya que para lograrlo se necesita el anterior.

Los modelos cualitativos, son innumerables, pero se utiliza el Screening para contrastar los viajeros detectados en el grupo de estudio con a aquellos con alta posibilidad de padecer la invisibilidad social o alguna forma de exclusión, la cual debe ser descartada o confirmada con investigaciones adicionales para decidir la profundidad de tal situación.

El método Screening es sensible y muy utilizado en ciencias médicas y psicológicas, elegido por la importancia fundamental que en la salud de la población mayor tienen los viajes. Los datos proporcionaron el cuadro siguiente en el cual se tuvo en consideración los viajes y la vuelta al lugar del recuerdo.

		viajó		Total
		si	no	
v o l v i o	si	Viajó y volvió al lugar recordado 21 a	No viajó y le gustaría hacerlo a un lugar especial 10 b	a + b 31
	no	Viajó y no volvió al lugar recordado 39 c	No viajo y no lo hará en el futuro 6 d	c + d 45
		Total de viajeros a + c 60	Total de no viajeros b + d 16	N 76

La estructura de la tabla precedente conformada con los datos provee los cálculos para determinar la potencia del instrumento utilizado

La precisión: se evalúa por medición de su consistencia (repetitividad) y la exactitud está dada por la sensibilidad y la especificidad que es la capacidad de la prueba de detectar viajeros aquellos que verdaderamente lo son. Se miden:

a) Sensibilidad = $a / (a+c) \times 100 = 35\%$, el cociente representa los viaje-

ros vueltos al lugar recordado (a) sobre el divisor sumatoria de ellos (a) más los viajeros que no han vuelto al lugar de los recuerdos (c).

El 35% son los que han logrado volver al lugar de sus recuerdos.

b) Especificidad: es detectar sujetos que no han viajado de los que lo han hecho, es el cociente

$= d / (b+a) \times 100 = 19.35\%$ que se efectúa entre los que nunca han viajado ni desean o pueden hacerlo sobre la sumatoria de aquellos que lo han hecho.

Valor Predictivo, compuesto con la relación entre los de viajeros vueltos al lugar, sobre la suma de ellos y los casos de probables de viajes.

$= a / (b+a) = 0.7$ valor que tiende a 1

Valor Discriminativo, la relación entre casos de los que no quieren o pueden viajar, sobre la sumatoria de ellos y los que viajaron y no volvieron al lugar

$$= d / (c+d) \times 100 = 13.3\%$$

La organización del instrumento consta de un primer grupo de preguntas generales efectuadas a la totalidad de los sujetos encuestados.

La pregunta posterior de si: “ha viajado fuera de su lugar de residencia”, bifurca dos senderos: uno si no lo ha hecho, con la inmediata pregunta sobre los motivos, esta última determina si lo haría o no. La respuesta negativa pone fin a la entrevista y la positiva la concluye luego de inquirir sobre “a donde” lo haría.

La afirmación al viaje fuera del lugar de residencia inicia el segundo camino con preguntas con mayor detalle sobre la mayoría de los viajes y el lugar en particular recordado hasta una nueva coyuntura determinada por “si ha vuelto” al lugar que menciona. La afirmativa a la dicotomía inquiriere sobre “cómo lo encontró”, si no lo encontró igual el “porqué” y si no varió el tiempo que tardó en volver. La negación a la vuelta interpela los motivos.

Los enlaces confluyen, por último en un camino unificado, concerniente a la tecnología que posee y algunos de los términos generalmente utilizados en turismo.

El fin se compone de consultas sobre su edad al primer viaje y el “para que” y “con quien” lo realizó.

La investigación se aumenta con encuestas de profundidad donde se recogen las vivencias. Las entrevistas se realizaron en forma individual o no más de dos personas.

La cuantificación del relevamiento se presenta descriptivamente y describe la relación entre las variables a través de presentaciones textuales, semi-tabulares y tabulares, las cuales se complementan con gráficos.

2.- SINTESIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Entrevistas

Las entrevistas efectuadas a los adultos mayores, en su conjunto con experiencias de viajes realizados por su cuenta, se contraponen con las dificultades percibidas por los grupos de sujetos que utilizaron agencias de viaje, respecto a la satisfacción recogida.

Los inconvenientes y los tropiezos se cuentan en primera persona, con garantías insuficientes y contratos no explicitados en su totalidad los cuales crean incertidumbre.

El transporte de larga distancia en cuanto a las unidades puestas a disposición de los grupos que han contratado una agencia, no son del todo confortables, hecho que vislumbra la intensión de abaratar costos y olvidar necesidades funcionales propias de la edad de las personas que transportan. Los traslados de corta distancia, también coinciden en los mismos problemas, encontrándose ambos, diagramados con destinos y horarios que no proporcionan suficiente tiempo para solazarse en cada lugar.

La llegada a destinos no del todo de interés para algunos (no se toma en cuenta cuantos), es tomada como estrategia para ponerlos en contacto con tiendas de souvenirs de baja calidad de las cuales la compañía o los guías obtienen un beneficio por las compras realizadas por los integrantes del contingente.

Los viajeros más avezados se contactan a través del hotel con otra empresa u oficina de turismo del lugar y obvian los destinos no deseados, costeano por su cuenta los lugares de su interés. El derrotero elegido fuera del itinerario del paquete tomado, decisión que implica reacomodar horarios con el contingente concertando hora y lugar posterior donde se rencontraran para proseguir el viaje primigenio de conjunto.

Variables Generales y Cuantificación

La síntesis de los resultados fueron efectuados sobre una pequeña muestra de 76 encuestados, de los 32.641 residentes permanentes en el casco urbano de la ciudad de La Plata, según cifras censales incluidas por Lódola y Brigo (2001).

Las variables generales elegidas para el comienzo de la interpretación fueron:

- La edad: presentada en intervalos de clase, se concentra en una media general de 68 años, una mediana de 66 y un modo de 62 años. La amplitud de los intervalos de clase es de 5 años, el primero comienza a los 60 años, a fin de observar el tecnicismo de mantener la edad inicial del estudio cerca de la marca de la primera clase. El cierre del último intervalo se fija en 89 años para los cálculos y de 90 para los gráficos.

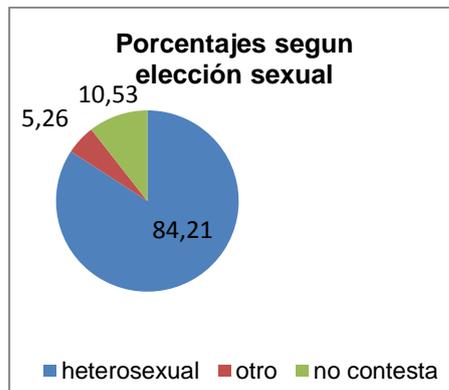
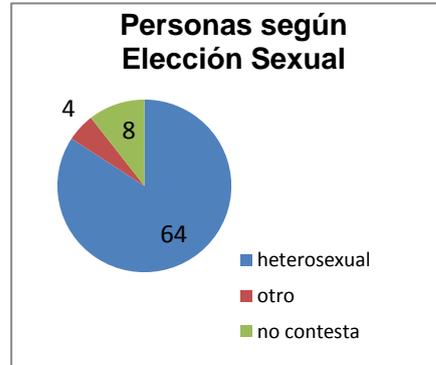
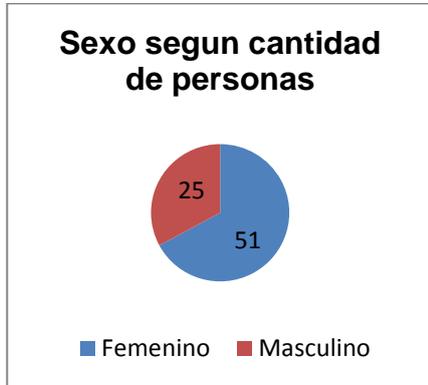
La asimetría positiva presentada, según el posicionamiento de los parámetros, merece esperar respuestas no muy impregnadas de conservadorismo de hábitos por encontrarse en los primeros estadios de la tercera edad, como lo indica (66.8% \pm 1 desvío) entre los 61 y 75 años, cerca del 70%. Ver anexo página 8.

El análisis de particiones corrobora la asimetría positiva marcada, con la edad mayoritaria entre 61 y 72 años aproximadamente y el gráfico de caja y bigotes concentrado sobre la izquierda del anexo evidencia lo ante dicho.

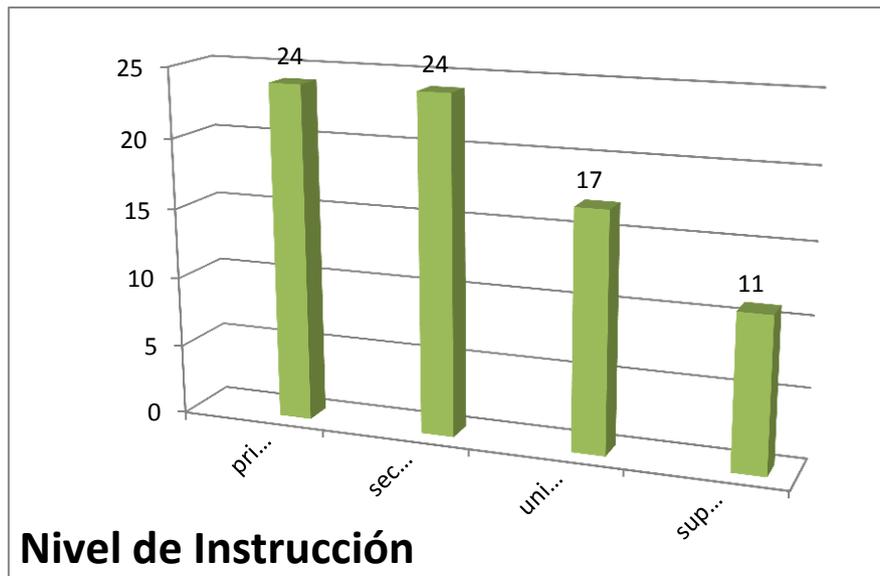
El coeficiente de variación expresada como porcentaje de la media es de 11% pudiendo juzgar parcialmente el éxito por la simple observación de su ubicación entre 5 y 14%, según experiencias de Snedecor y Cochran, (1979).

- Sexo: variable escogida por la representatividad existente en cada conjunto y los atributos que le son propios al género. El caso concentró un 67% de mujeres y el resto (34%) de varones. La pregunta fue efectuada dicotómicamente de acuerdo a las reglas generales y asociada a la siguiente, turísticamente interesante, sobre la elección sexual, obteniendo 4 sujetos que adhieren a la categoría "otro" conformando un porcentaje de 1.3%; cabe aclarar que los 8 sujetos que no contestaron no integran este porcentaje.

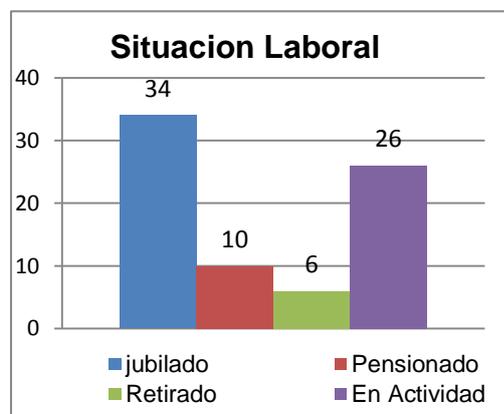
La elección sexual captó la peculiaridad de serles de difícil expresión, aun cuando se preserva su intimidad en el anonimato. Las posibilidades a tal negativa podrían ser múltiples a) se negaron a responder conociendo la respuesta; b) no comprendieron la pregunta o; c) que se sintieron molestos respondiendo a tal concepto, no sintiéndose movidos a dar la información, una o todas serán los motivos y entre otros no expuestos. El estudio no tiene por fin percibir otra situación, no obstante el comportamiento mereció atención.



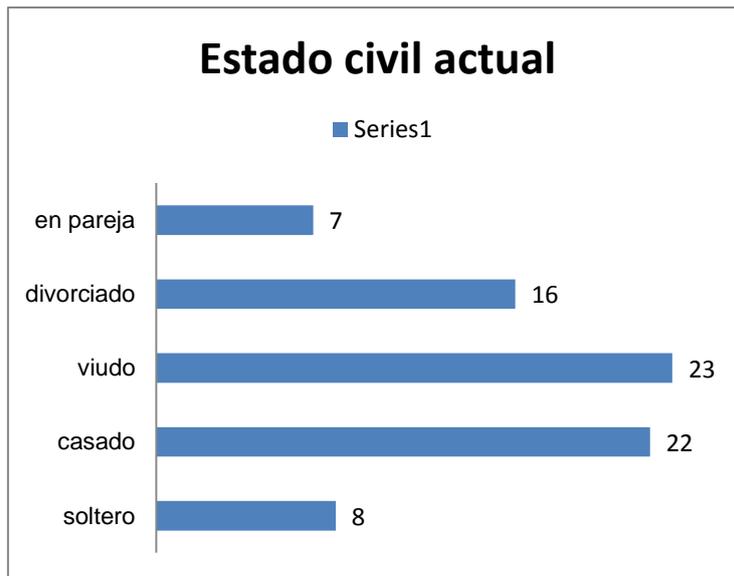
- Nivel alcanzado en educación considerado como una variable de registración importante por la particularidad de ser demostrativa del manejo de información turística, registra como suma de universitarios y nivel superior a 28 individuos (36.8%); el nivel primario, junto al secundario y terciario cuentan con 24 personas cada uno, por consiguiente las dos últimas categorías totalizan 48 con (63.2%).



- La situación laboral actual, se eligió incluirla por la importancia que posee con respecto a la economía personal en las edades que nos ocupan y a fin de ser utilizada posteriormente con otras variables. Los resultados arrojan un 57.89% de jubilados y pensionados, 34,22% sujetos en actividad y 7.89% de retirados.

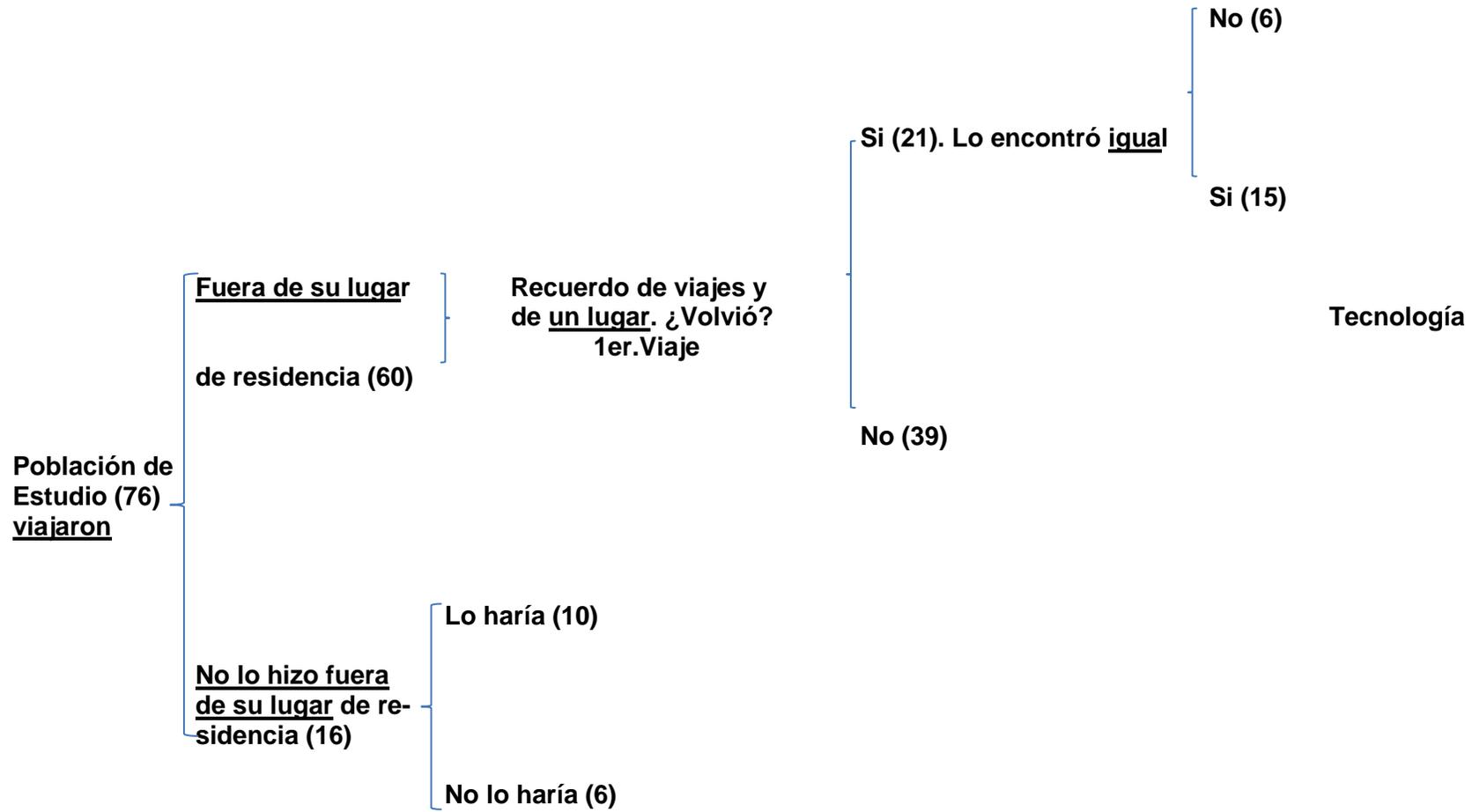


- Estado civil, siendo este, el poseen en la actualidad, se vio conveniente a fin de ser contrastado con las mismas categorías en otro momento de su vida. El relevamiento encuentra al grupo encuestado con 23 (30.27%) viudos, 22 (28.95%) casados, 16 (21.05%) divorciados, 8 (10.52%) solteros y 7 (9.21%) en pareja.



La página siguiente muestra la secuencia totalizada que llevan las ramas troncales del cuestionario. El cuadro sinóptico totaliza a los individuos de la investigación según los caminos utilizados.

RESUMEN CUANTITATIVO



Viajeros Fuera de su Lugar de Residencia Habitual

La primera bifurcación corresponde a responder sobre si han viajado y pernoctado fuera de su lugar de residencia habitual recibiendo el 78.95% afirmativas y negativas 21.05%.

1. El camino de los viajeros que lo han hecho fuera de su lugar de residencia y previo a la presente investigación resultó con un total de 60 representando el 78,95%, (de los 76 componentes de la encuesta); siendo el 21.05% el que no ha viajado.

Las respuestas a estas 60 personas (78,95%) se efectúan pensando en las vivencias de la mayoría de sus viajes.

- ✓ El motivo, se ha consultado con respuestas múltiples (elección de más de una categoría). El mayor porcentaje se obtuvo en la categoría vacacionar con 37,29%, con 44 individuos; continúa con visita a parientes y amigos en un 20,34%, ocio 15,25%, diversión 11,86%, congresos y convenciones 10,17% y estudio 5,08%.

Motivo	Viajeros	
	Cantidad respuestas	%
Visita parientes y amigos	24	20,34
Vacaciones	44	37,29
Diversión	14	11,86
Ocio	18	15,25
estudios	6	5,08
Congresos y convenciones	12	10,17

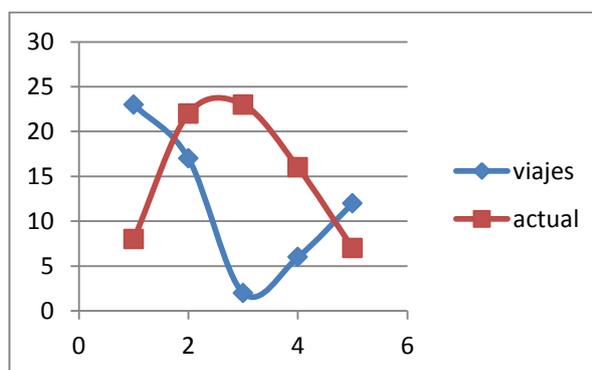
- ✓ El Estado Civil, sobre conteo total de respuestas efectivas de la mayoría de los viajes, se encontró que eran solteros 38,33%, casados 28,33%, en pareja 20%, divorciados 10%, viudos 3,33% y.

Estado Civil	de los Viajes	
	personas	%
Soltero	23	38,33
Casado	17	28,33
Viudo	2	3,33
Divorciado	6	10
En pareja	12	20
Total	60	

La comparación con el estado civil actual de la totalidad de los encuestados, resulta:

Estado Civil	de los Viajes		Estado Civil Actual	
	personas	%	cantidad	%
Soltero	23	38,33	8	10,53
Casado	17	28,33	22	28,95
Viudo	2	3,33	23	30,26
Divorciado	6	10	16	21,05
En pareja	12	20	7	9,21
Total	60		76	

El diagrama de dispersión entre los puntos de las dos series indica un dispar comportamiento entre ellas. La correlación de Pearson marca un valor medio de -0.51 y la de Jerarquía de Spearman uno bajo de 0.14. El comportamiento visualmente interpretado de los datos del estado civil entre el momento de la encuesta y el de los viajes, verifica que se han elevado las cifras de viudos y divorciados en detrimento de las de solteros y casados.



El Lugar Especial

El centro, desde este momento, se coloca en un lugar en especial que es aquel que contiene el recuerdo más vívido.

- ✓ El lugar que más se recuerda de esos viajes se efectuó mediante una pregunta abierta a las 60 personas que han viajado, lo cual dio origen a las respuestas efectivas que se presentan en extenso en la tabla del Anexo

Total de viajeros según lugar que recuerdan por País

País	Cantidad viajeros	Total
Argentina	17	
Uruguay	1	
Brasil	4	
Paraguay	1	
		23
Méjico	1	
EEUU	1	
		2
Italia	4	
España	2	
Francia	1	
		7
Total		32

El lugar por el cual respondieron se encuentra para gran parte de ellos en Argentina con un 7.88%. La cantidad de respuestas registradas son algo más que la mitad.

- ✓ La experiencia, de expresión múltiple y conteo de respuestas efectivas que se aplicaron a los 60 adultos mayores que viajaron, se encontró que la mayor fue la social con 32,14% de adhesión, la siguen en orden decreciente, la geográfica 21,43%, gastronómica 14,29%, aventura 10,71%, la de la niñez y juventud, ambas con 8,93% cada una (entendiéndose por tal un sentimiento placentero indefinido), concluye en último término, el deporte 3,57% que representa a las dos personas que recuerdan haber ido al mundial de fútbol.

Experiencia	total	
	cantidad	%
Social	18	32,14
Deporte	2	
Gastronómica	8	14,29
Aventura	6	10,71
Geografía	12	21,43
De la niñez	5	8,93
Juventud	5	8,93
total	56	

- ✓ La intensidad de percepción fue captada con una escala graduada de 1 a 5 poniendo especial hincapié en la completitud de las respuestas. La mayor potencia se ubica en la quinta posición y la de menor intensidad en la primera..

Intensidad Sentido	1	2	3	4	5	total
Vista	6	7	10	10	86	119
Tacto	1	4	9	6	16	36
Olfato	1	5	4	10	16	36
Oído	2	4	8	6	30	50
Gusto	4	9	12	10	24	59
total	14	29	43	42	172	300

Las intensidades y los sentidos no son independientes entre sí, sino que dependen unos de otros. La tabla marca sin lugar a dudas que la vista es el sentido más percibido y recordado, aunque los restantes sentidos son indispensables para lograr esa fuerza.

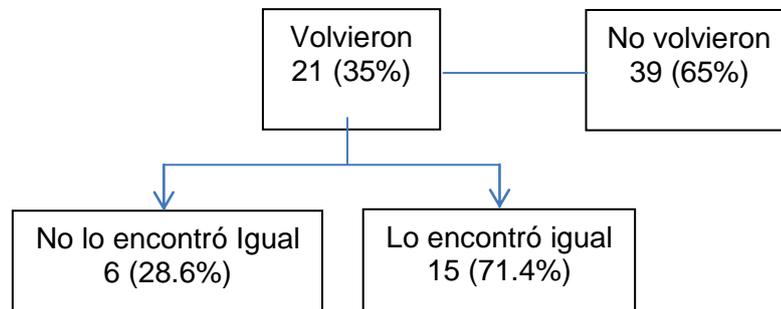
- ✓ El lugar recordado donde la mayoría señaló haber vivido la experiencia fue, un barrio con 35% y en orden descendente se colocan los museos 13,33%, restaurantes 11,67%, ya con un dígito porcentual el bus 8,33% como de donde han gustado del paisaje, la caminata en especial viendo arquitectura y la playa los cuales comparten el mismo guarismo del 5%, costumbres, espectáculos (teatral o deportivo) y otros (16,67%) con completan la lista.

Lugar	total	
	cantidad	%
Museo	8	13,33
Barrio	21	35,00
Restaurante	7	11,67
Medio de transporte (paisaje)	5	8,33
Aire libre (caminando)	3	5,00
Costumbres	1	1,67
Espectáculo	2	3,33
Playa	3	5,00
Otros	10	16,67

Los Viajeros que Vuelven o no

El camino se vuelve a dividir por la afirmación o negación del respondiente, de acuerdo a si ha vuelto al lugar del recuerdo o no, dando como resultado que el 35% ha vuelto y el 65% no. Los cálculos de independencia señalan que haber viajado es independiente de volver al mismo lugar posteriormente.

Los porcentajes según hayan vuelto o no se presentan en la página 8 del anexo.



Los que han vuelto (35%) y no han encontrado el lugar igual (28.6%), alegan haberlo encontrado más lindo, otros con menos casas y más edificios sin hacer comentarios de valoración (los cuales no fueron pedidos), con otras costumbres, etc. Los que lo encontraron igual, 71.4% restante, tiene un tiempo promedio de retorno de 6 años.

Los sujetos que no han vuelto al lugar, 39 adultos mayores responden en un apartado múltiple, los motivos por los cuales no lo han hecho. La primera instancia y por orden de importancia, son los motivos económicos en un 40%, siguen las dificultades con el idioma 38%, enfermedad 14%, temor el 6% y otro el restante 2%.

Motivos	respuestas	%
Económicos	20	40,0
enfermedad	7	14,0
Temor	3	6,0
dificultad con el idioma	19	38,0
Otros	1	2,0

El camino se une para los viajeros iniciales que lo han fuera de su lugar de residencia y lo hace en referencia a la posesión y manejo de tecnología.

- ✓ La respuesta múltiple arrojó que se encuentra con notebook 40%, PC fija 35%, Tablet 23.3%, Netbook y Smartfone en 15% respectivamente.
- ✓ Los términos específicos propuestos fueron reconocidos aunque con concentraciones diferentes de respuestas, las significativas recayeron en la conexión con el móvil (28.9%), Hostel (19%) y rent car (12.4%). La totalidad se presentan en la tabla del anexo.

El término de esta ruta del cuestionario concluye con la obtención de la edad que tenían en su primer viaje. El promedio general fue que lo realizó a los 16 años.

El “para que” y “con quien” completa el ítem anterior, encontrándose que: fueron, de Vacaciones 51.7%, a Visitar parientes y amigos 38.3%, de estudio 6.7% y de trabajo 3.3%.

El con quien, arrojó que con la familia lo ha hecho el 53.3%, con amigos 25%, en grupo 13.3%, solo 5% y el resto con 3.4% se negó a responder.

Los que no han Viajado

2.- Los que no han viajado fuera del lugar de residencia por ningún motivo (21.05% de la primigenia bifurcación), proveen datos que interesan conocer.

El por qué no se ha viajado, conlleva a obtener aplicando preguntas múltiples que el 50% no lo hizo por motivos económicos, por motivos de familia y falta de tiempo con el 25% para cada categoría y para las dos últimas, de salud y desinterés, el igualitario porcentaje de 12,5%.

El siguiente paso es inquirir si viajarían de poder hacerlo, cuestión que responde negativamente un 37.5% con lo cual, para ellas, concluye el cuestionario, en virtud que no viajaron ni viajarían de poder hacerlo.

La respuesta afirmativa al deseo de viajar si pudiese, conforman los potenciales viajeros. Los consultados encontrados en esta situación totalizaron el 62,5%.

- El lugar a donde irían, pregunta abierta, arrojó que lo harían a la montaña, a la playa (en un caso Mar del Plata), Europa y Egipto.
Ver tabla en anexo.
- El “como” lo haría, encontró que el 60% desearía hacerlo por cuenta propia.
- El final de este camino concluye indagando como conoció el lugar al cual le gustaría viajar

Conocido por:	%
Charlas con amigos	60
Programa de TV	40
Sus padres	20
Redes sociales	20

CONCLUSIÓN

Los datos obtenidos derivan en que el grupo en estudio se determina con el 92,1% que viajaron, más los potenciales viajeros que desearían hacerlo y solo el 7.9% que no viajaron y no desearían realizarlo.

La discordancia más importante expresa que los adultos mayores que han viajado fuera de su lugar de residencia son el 78.95% y de los que no lo han hecho el 21.05%, relación efectuada sobre los 76 integrantes totales del estudio.

Los que no han viajado hasta el momento, fuera de su lugar de residencia (el 21.5% mencionado), nombran como principal impedimento el motivo económico, le siguen falta de tiempo y la familia, cerrando con salud y desinterés por hacerlo. Los porqués de estas dificultades provienen de una sola causa o de varias de ellas a la vez.

La forma de realizar los viajes, de concretarse, no tienen como preferencia la agencia de viajes, aunque es menester destacar que entre los destinos ofrecidos por ellas, figuran aquellos lejanos y difíciles a los cuales no se podría acceder si no se utilizara su intermediación. Los lugares del imaginario explicitados en el relevamiento fueron conocidos a través de charlas con amigos, por sus padres o programas de televisión y/o redes sociales.

La media de edad de los encuestados que ubica a los más en los primeros estadios de adultos mayores, analizada con el sexo predominantemente femenino, la calidad y expectativa de vida incrementada, el estado civil y el nivel de instrucción, les posibilita a estos sujetos manejarse con soltura, independencia y autonomía en los desplazamientos del viaje, no así a los de edad más avanzada.

La situación laboral se centra mayoritariamente en las categorías de jubilado y pensionado, aunque es plausible que aún se encuentren en actividad y no lo hayan consignado, de ser así, no les quedaría tiempo para viajar según sus obligaciones.

El nivel de instrucción muy unido a las oportunidades, ha demostrado la consistente separación entre los universitarios y el resto; aun así, conocen la heterogeneidad de lugares que el turismo proporciona al momento de viajar. La instrucción alcanzada, no obstante, determina en gran medida la oportunidad de disfrute.

El estudio de la conducta de los sujetos, en interacción con otras personas no se entiende separada de su circunstancia sociocultural y en esos cambios según Tajfel, 1984, contribuyen factores situacionales y ambientales. El cambio no es sólo fruto personal, sino también de la interacción entre la persona, con su estructura biológica y psicológica y su entorno social (Spacapan, 1987b; Maes, 1991).

Los procesos autoreguladores dependen de creencias, auto-evaluaciones, estándares internos y percepciones del entorno externo, estos intercesores son respectivamente específicos para grupos de conductas y marcos de comportamiento.

Los procesos internos no suplantán los acontecimientos externos como explicación a las causas de la conducta, sino que ambos, (procesos internos y acontecimientos externos) aparecen como orígenes interactivos del comportamiento, en este caso el viaje.

Los viajes de los adultos mayores de esta investigación, incluyen la observancia de la utilización del tiempo libre ya que el ocio influye sobre la salud y por ende sobre la calidad de vida.

La perspectiva psicosocial lleva a la resultante de que el ocio es un modo típico de comportamiento en el tiempo y está representado por el consumo. El empleo de esa parte de tiempo disponible lo es tanto para la persona como para el sistema social. El conjunto de este tiempo se distribuye generalmente en al menos cuatro áreas de actividad. El tiempo psicobiológico, destinado a las necesidades fisiológicas y

psíquicas; el tiempo socioeconómico, referido al trabajo; el tiempo sociocultural, el que dedicamos a la vida en sociedad y el tiempo de ocio, destinado a actividades de disfrute personal y colectivo.

La preocupación en las investigaciones actuales se percibe a través de los estudios de calidad de vida y ocio. Iso-Ahola (1980) en sus escritos, indirectamente considera el aumento de la calidad de vida como uno de los objetivos del ocio y la recreación. Existiría un vínculo entre trabajo y ocio; una conexión con la satisfacción y el bienestar individual y social y por lo tanto con la salud mental. La concreción de los viajes de los adultos mayores se torna fundamental en virtud de la importancia que cobra organizar el tiempo de ocio que poseen. La salud del adulto mayor platense se caracterizará por la canalización del tiempo de ocio en base a la concreción de viajes. El ocio contemporáneo según Roberts (1979), está dejando de ser un fenómeno residual para pasar a constituir un aspecto general de la calidad de vida del ser humano.

Los datos sobre el desarrollo del tiempo libre que aporta la Encuesta Mundial de Valores (1990), realizada en más de cuarenta países, evidencia el trueque de unos valores materialistas, basados en la escasez y la seguridad, por otros calificados de post-materialistas, que enfatizan la libertad individual, la experiencia emocional y rechazan la autoridad.

El ocio tiene la propiedad de superar las necesidades e insatisfacciones propias de la vida cotidiana, debido a su potencial liberador, es el comienzo de la creatividad e identidad. La mayoría de las actividades de ocio pueden utilizarse con fines de terapia, la cual se basará en su naturaleza y su carácter manual (cerámica, marquería, orfebrería, etc.), expresivo (teatro, danza, música), motriz (actividad física: juegos y deportes al aire libre o no), formativo (aprendizaje de adultos), etc.

La eficacia de las actividades de ocio está comprobada como medio para compensar, solventar o prevenir problemas psicosociales, así como para promover el crecimiento y el desarrollo personal (Kraus, 1985; Leitner y Leitner, 1989, entre otros).

La salud mental representa una abstracción indivisible del concepto global de salud. El concepto de Héctor Cabildo (1991) la define como un sentimiento de bienestar emocional producto de la relación equilibrada y armónica entre la realidad interna y externa del individuo, manifestada por medio de un ajuste flexible y constructivo a la vida, con relaciones empáticas, productividad, objetividad, libertad y ponderación de juicio, así como estabilidad y positividad de la conducta y congruencia con su cuadro de valores humanos. No todos los seres humanos pueden alcanzar este nivel. El desequilibrio desemboca en las crisis que para Erikson (1985), se atraviesa desde que nacemos hasta la vejez, cada una vinculada a un periodo determinado de la vida. La etapa de la vejez corresponde a la de la integridad del ego, supone la aceptación de la propia vida para poder aceptar la próxima muerte. Las personas mayores que han alcanzado la integridad del ego sienten que su vida tiene un significado e inversamente permite aceptar su insignificancia en la vida.

El destino es diferente para el adulto mayor que se lamenta de los errores cometidos y de los sueños no cumplidos, como lo es la esperanza de viajar o volver a hacerlo. La emoción, según Erikson, que lo acosa se torna en depresión por miedo a la muerte inminente. Las limitaciones en el estilo de vida, la pérdida de autonomía, la muerte de personas cercanas, bienes y estatus social, pobreza y aislamiento son factores de riesgo.

La depresión es uno de los principales trastornos psicológicos que aparecen en esta última etapa de la vida y es la primera causa de discapacidad a nivel mundial (Murray y López, 1996). El trastorno depresivo disminuye la calidad de vida de las personas mayores (Blazer, 2003) interfiriendo con un envejecimiento óptimo. La depresión se considera uno de los trastornos mentales de mayor complejidad y suele ser la causa más frecuente de sufrimiento emocional en la última etapa de la vida (Blazer, 2003). La OMS sostiene que la depresión se convertirá en la segunda causa

de discapacidad hacia el año 2020, por tanto invertir en estrategias de prevención debería ser una herramienta prioritaria de la salud.

Los mayores de hoy en día están cambiando su forma de actuar, no se conforman con quedarse en casa, sino que aprovechan estos años en los que ya no tienen tantas obligaciones para hacer actividades que cuando eran más jóvenes, sobre todo por la falta de tiempo, no podían hacer.

El turismo, al unísono con los cambios expresados en el párrafo anterior, es una de las actividades que más está aumentando, ya sean grandes traslados o pequeñas excursiones. El viajar no sólo sirve para descubrir lugares nuevos sino que aporta a la tercera edad muchos beneficios, como hacerlos sentir más felices y vitales:

- Mejora el ánimo alejando la depresión.
- Aumenta la creatividad.
- Mejora la capacidad de resolver problemas.
- Aumenta la paciencia.
- Estimula la actividad cerebral.
- Reconstituye la memoria y la atención.

Los diversos estudios efectuados sobre los adultos mayores señalan que buscan destinos que les permitan disfrutar del arte y la historia, pero también quieren disfrutar de la gastronomía de los lugares que visitan. Los hoteles atentos a estas demandas proveen menús especiales para los mayores (bajo en sal, cocina a la plancha, etc.) y las agencias ofrecen seguros médicos de calidad.

La Sociedad de Geriátrica y Gerontología de Chile a través del Terapeuta Ocupacional J. Gajardo (2016) indica que: *“Viajar permite interactuar con otros ambientes físicos, sociales y culturales que favorecen la actualización de las personas”*. *“Esto es un aporte a que las personas mayores mantengan su vinculación con el mundo exterior, lo cual es una necesidad en nuestra sociedad que tiende a aislarlas o a limitar su participación”*. *“Esto se relaciona mucho con la oportunidad de interacción y vinculación social que viajar posibilita. Desde la preparación del viaje a su ejecución, es una actividad que requiere que despleguemos muchas de nuestras habilidades e interactuemos con otras personas. Aporta en su salud mental, participación social y actualización”*. *“Viaja para cambiar, no sólo de lugar, sino también de ideas, lo que permite recrear, actualizar, mirar otras realidades por medio de una actividad placentera”*.

La generación clasificada como baby boomers que comprende a los sujetos de este estudio presenta una identidad basada en el trabajo y la lealtad, valoran la productividad y no toleran el ocio. El trabajo es lo más importante sin embargo esto a largo plazo se convierte en un inconveniente ya que es la generación que tiene más dificultades en su retiro.

Los adultos mayores están jubilándose y dejan el mercado laboral, debido a su edad o porque están siendo desplazados por generaciones más jóvenes, esto los obliga a adaptarse a un nuevo entorno y a nuevas circunstancias, pudiendo o no consistir en una división de su actividad anterior o al inicio de una actividad completamente distinta. La búsqueda de oportunidades se intensifica a fin de mantenerse activos, útiles y productivos durante más tiempo, o cumplir anhelos de antaño que fueron pospuestos por la vorágine de los tiempos que les tocó vivir (inicio, meseta y decadencia de una misma actividad).

Los jubilados, pensionados y empleados en retiro que se sustentan de esa remuneración solo podrían viajar si de poseer una propiedad la vendieran o si vendieran la vivienda única y se redujeran a una menor; u otra medida en tal sentido. La decisión es suya pero, ¿es justa o no?, en cuanto a si: ¿es razonable que se le prive de dejar a la descendencia su legado, luego de haber bregado toda su vida para tenerlo? Asociemos que siendo derechos constitucionalmente expresados, el trabajo digno y las vacaciones pagas (entre otros) no deberían ser estas preguntas efectuadas

como inquietudes en la vejez. Dubet (2011) declara que la situación dada de desigualdad puede mitigarse a partir del impulso de políticas redistributivas que tiendan a equiparar las diferentes posiciones en busca de la calidad de vida social. La manifestación de Dubet se basa en la afirmación que expone Rawls (1994), referente de la doctrina de oportunidades, en su obra Teoría de la Justicia expresa: “La distribución natural no es ni justa ni injusta, como tampoco es injusto que las personas nazcan en una determinada posición social. Los hechos son meramente naturales. Lo que puede ser justo o injusto es el modo en que las instituciones actúan respecto a estos hechos”

Las dos concepciones de igualdad de oportunidades y de posiciones en la actualidad pretenden lo mismo reducir las inequidades que surgen en las sociedades democráticas, con el discurso de la igualdad de todos y asimismo con desigualdades sociales ciertas. El turismo igualmente mantiene ambas, atiende la inequidad en el acceso a las prácticas turísticas con la proclamación del derecho al ocio activo y el acceso efectivo a ellas por parte de una minoría.

La falta de atención a las declaratorias de los Organismos mundiales de toda dependencia es la explicación a las carencias, necesidades y problemáticas de los adultos mayores. La esfera internacional a través de la Asamblea General de las Naciones Unidas crea, en el año 2011, un grupo de trabajo para promover la protección y promoción de los derechos humanos de las personas de edad, exhortando observancia al respeto de los derechos y libertades fundamentales de las personas mayores, entre otras tantas acciones. La Carta de San José de Costa Rica sobre los derechos humanos también se expide en tal sentido y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) menciona la urgencia a los Estados de adoptar medidas pertinentes.

La ciudad de La Plata, lugar que compete a este estudio, fue el escenario de nuestro País, donde se impulsó en el año 2012, en el marco de la campaña internacional, la creación de una Convención Internacional de los Derechos del Adulto Mayor. La ausencia de una legislación integral que proteja a la vejez a nivel nacional es subrayada en esta reunión.

Las sociedades en su conjunto deben concebir en su seno el sentido de un respeto integral y fundamentalmente hacia los dos extremos de la vida. Los discursos conceptuales vidriosos de actualidad subrayan frases excluyentes que se hacen cotidianas por repetición, de allí a la invisibilización del adulto mayor y sus necesidades solo hay un paso.

Los esfuerzos organizacionales, anteriormente mencionados, evidencian no poseer un debido correlato de inclusión en las políticas públicas nacionales y/o regionales, Los discursos generalizados se encuentran impregnados de prejuicios y restricciones. La organización turística, aunque con algunos lanzamientos, no abarca este menester de manera eficiente. Los derechos de los mayores deben ser efectivizados y no declamados.

Las consideraciones hacia los adultos mayores, basadas en el tiempo disponible y el indudable incremento que ha experimentado esta generación en base al mejoramiento de la calidad de vida, hace de ellos un segmento turístico a ser seriamente apreciado y tenido en cuenta por las políticas de organismos públicos y privados.

Los gobiernos responsables de administraciones concernientes a la actividad turística de los adultos mayores deberían desplegar acciones que mitiguen los problemas a fin de hacer más asequible el disfrute de los viajes. La gestión recomendable sería establecer normativas donde se contemplen facilidades y observancias, para atemperar las carencias y falta de contralor en los viajes de la tercera edad. La atención cotidiana debe estar puesta, por ejemplo en las terminales de transporte tanto internacionales como nacionales (aéreo, marítimo, terrestre, etc), de acuerdo al flujo de pasajeros mayores dentro de las instalaciones. La cantidad de ventanillas necesarias, asientos, cobertura de salud en emergencias, por citar alguna

circunstancia también deben considerarse. Las aeronaves deberían tomar la responsabilidad de protegerlos en el tiempo de vuelo, ¿el comisario de abordaje no podría ser la persona indicada para contener adultos que viajen solos, o que presenten síntomas de indisposiciones? o ¿eventualidades no contempladas durante el viaje? ¿Por qué no se contemplan ventanillas específicas para los adultos mayores viajeros en tránsito admitiendo también a su acompañante?, etc. Las Leyes y Reglamentaciones deben ser respetadas en toda su extensión, como por ejemplo la Ley del Consumidor, lealtad en las publicidades de los medios de difusión, etc. La observación del perfil de sus usuarios tomando en cuenta las variables de importancia que lo definen (edad, sexo, etc.), podrá hablar por sí sola de horarios, barreras, carencias, etc.

El objetivo dentro del ámbito privado debiera ser la de impulsar como una nueva visión del turismo la innovación, tal que tome en cuenta las expectativas de viaje de los mayores que aún no ha sido considerada, con instrumentos acordes. La revisión de itinerarios, utilización del tiempo, sujeción a las prioridades personales de salud, urgencias especiales, contingencias propias de la edad que atraviesan, etc.

La situación turística amerita realizar estudios específicos, que propongan posibles medidas para optimizar las prácticas y análisis tendientes a una genuina visibilidad de los adultos en las prácticas turísticas, de este modo, se contribuirá en parte, a estrechar la brecha entre la retórica de la igualdad y las desigualdades sociales fácticas

Las organizaciones privadas deben esforzarse por poner a disposición de los adultos mayores nuevos productos y servicios cada vez más personalizados. El reto es innovación disruptiva y pensamiento de diseño en el ámbito de la ética empresarial y a través de los negocios sociales.

La innovación sirve al turismo para una reconversión en un mundo cada vez más dinámico e incierto, visto ello debe convertirse en la estrategia de futuro el hacer las cosas de manera diferente con respecto a este grupo etareo.

El futuro cercano requerirá de la tecnología para aplicarla en las nuevas necesidades para satisfacer a los adultos mayores turistas. La mentalidad digital tendrá el papel de conocer la facilidad de los servicios que pondrá a disposición de cada uno que los necesite, respuesta para el vivir en un mundo móvil. Las ideas y la acción, así como la velocidad de réplica y las interacciones se verían beneficiadas

La invención y la creatividad al servicio de los adultos mayores deben gestarse dentro de la organización de forma multidisciplinaria. La nueva realidad usa el pensamiento crítico a fin de captar las tendencias que se vinculen con la tercera edad, servicios y productos en una valoración constante de las necesidades y requerimientos.

Los viajeros mayores ya no son lo que eran dos décadas atrás, ellos cambiaron, modificaron sus intereses y necesidades. La actualidad tiene una orientación hacia el ocio con la necesidad de dedicar menos tiempo a la búsqueda, selección y compra de productos o servicios concentrados o empaquetados.

El fenómeno está en crecimiento dándose también en América Latina, ambiente propicio para instalar nuevas concepciones, valores y principios que incorporen responsabilidad social con respecto a los adultos mayores, dentro de los procesos decisivos.

El concepto sobre motivación, como se explicitó en el marco teórico, se entiende como la descripción de la compleja integración de procesos psíquicos que efectúa la regulación del comportamiento que determina la dirección hacia el objeto-meta buscado (o evitado), la intensidad y el sentido de aproximación (o evasión) del comportamiento.

La motivación despierta, inicia, mantiene, fortalece o debilita la intensidad del comportamiento y pone fin al mismo, una vez lograda la meta que el sujeto persigue. El conjunto entrelazado de procesos psíquicos que la conforman, de manera más

amplia, consiste en el reflejo de la realidad. La dependencia junto con las condiciones internas de la personalidad exterioriza el papel activo, el cual es relativamente autónomo y creador de la personalidad. La constante transformación con las determinaciones recíprocas de la actividad externa de objetos y estímulos, se dirige a satisfacer las necesidades del ser humano. La consecuencia es que conlleva a la regulación de la dirección (objeto-meta) y a la intensidad o activación del comportamiento, manifestándose así como una actividad motivada.

El aspecto direccional implica alejarse o acercarse a determinadas situaciones, cuestión que se presenta en el turismo a menudo, dando como resultando comportamientos que se traducen en decisiones. La eminente condición afectiva hace que la eficiencia motivacional sea el grado en que se movilice y dirija al logro del objetivo-meta o en su defecto a evitarlo. La motivación y el motivo son siempre internos, teniendo importancia la relación entre los determinantes externos e internos.

Los motivos pueden ser de diferentes tipos, los que se aplican al turismo son los de índole social. La satisfacción depende del contacto con otros seres humanos y, se explica en el beneplácito de sentirse amado y en la estimulación sensorial del tiempo para escuchar, sentir, cantar, etc. La mayor eficiencia y creatividad opera cuando el individuo logra estos espacios, de lo contrario se entristece e irrita con mayor facilidad.

Los motivos igual que las emociones son estados internos que no se pueden observar ni medir directamente. El momento en que las personas reaccionan a sus experiencias es cuando brotan las emociones.

Las emociones son subjetivas o de experiencia consciente, cuando se refieren a las sensaciones; al darse cuenta cómo se siente, que quiere, etc., se vuelven fisiológicas manifestándose en el cuerpo (ej.: palpitaciones) y conductuales o expresivas manifestadas con gestos o posturas.

Las emociones no se pueden iniciar ni suprimir fácilmente y suelen hacer que los seres humanos sientan que pierden temporalmente el control. En realidad las emociones no impulsan la conducta, sino que intensifican la activación, la reactividad o la irritabilidad. El comportamiento que se dirige con algún propósito parece constatarse con el hecho de que se utilicen diferentes métodos para alcanzar la meta deseable y porque esta forma particular de comportamiento cesa una vez se ha conseguido el objetivo deseado.

Los modelos teóricos acerca de la motivación del turista son diversos, uno de ellos, el de Crompton (1979), refiere que la motivación puede provenir de una necesidad de escape (del estrés, de los patrones de vida cotidiana o del trabajo) y de una necesidad de búsqueda (de ambientes climáticos determinados, de lugares históricos, etc.). La conducta del turista, según este autor, se ajusta a la dinámica del individuo en su búsqueda de equilibrio. La satisfacción es la de aquellas necesidades que en su vida cotidiana no están resueltas. Los primeros factores serían los que inducen a tomar la decisión de realizar un viaje, mientras que los segundos son los responsables de la elección del destino.

La intensificación de este pensamiento conlleva a afirmar como posible que el nuevo viajero ya no es un consumidor de ocio sino de experiencias. Le atrae la parte mítica del viaje, el saber que va a un lugar diferente alejado del binomio sol y playa. El perfil tiende a rotar y responder a la aventura con intereses culturales o religiosos.

La imaginación, facultad existente en el hombre, es tan natural como su presencia. El pensar, querer y sentir es el don para soñar. La imaginación es la inventora del placer. Los recuerdos (estado) traídos de la memoria (facultad) son reminiscencias (función).

Las sensaciones son emociones que se experimentan físicamente y la sensibilidad lleva al mundo tangible los sentimientos del pasado. Las emociones se traducen en imágenes, sonidos, olores, tactos, sabores, etc. Las motivaciones así generadas son las que mueven al viaje en la búsqueda de volver a recrearlas, allí

radica la importancia y la necesidad fundamental que poseen para los adultos mayores y lo imperioso de su observancia.

La cohorte elegida en estudio manifiesta en los resultados cuali-cuantitativos, una tendencia marcada la motivación visual, inmediatamente seguida por el gusto y el oído. Las experiencias encontradas son coincidentes con ellas y las más mencionadas fueron las geográficas y sociales, conjugadas con los lugares puntualmente indicados donde fueron inolvidables.

Las variables conductuales no solamente son relevantes en el análisis del incentivo, donde su papel es determinante, sino también en el inicio de la necesidad. La ejecución de una determinada conducta como estimulante del viaje es generada con mayor o menor intensidad por la necesidad percibida, la cual deviene en la decisión de realizarlo.

Los motivos expresados en la encuesta por los adultos mayores que han viajado fueron: visita a parientes y amigos, vacaciones, diversión, ocio, estudios, congresos y convenciones, etc. Los lugares con recuerdos y experiencias a recrear son: museos, barrios con caminatas al aire libre, restaurantes, paisajes transitados utilizando medios de transporte, costumbres lugareñas, espectáculos tanto culturales como deportivos, playas, etc.

Las entrevistas reseñaron motivos respecto a diversión y ocio, conocer historia, costumbres, volver a detenerse en lugares de interés, las playas y la vida de hotel. La recreación de ciudades que por herencia fueron aprendidas, comida, gestos, hasta la forma de caminar de los habitantes son mencionadas como lugares, elegidos especiales por la transmisión oral o medios de comunicación para complacerse y/o recordar.

La visita a amigos y parientes junto con vacaciones, como ya se ha mencionado, son los motivos más significativos encontrados vistos desde el punto de vista de la propia facilitación, ya que por las razones económicas esgrimidas es posible que los viajes se encuentren más a su alcance, aunque subsiste la barrera de las escasas entradas mensuales.

Los que han tenido la posibilidad de viajar recrean el lugar, señalan a la experiencia social como mayoritaria por consiguiente, es la interacción con “el otro” la importante. Los recuerdos de la niñez, geografía y gastronomía conforman unívocamente una búsqueda de aquello que perdura y le es importante recobrar. La intensidad de las apreciaciones se centra primordialmente en el sentido de la vista, con consignaciones de importancia menor y próxima en el oído y gusto. El tipo de experiencia y la percepción se hacen variables atendibles para entender cómo detectar un viajero de alguien que no lo es. Las evocaciones, expectativas y rencuentros proporcionan información valiosa de los efectos emocionales en la decisión para viajar.

El lugar recordado con mayor frecuencia fueron los barrios y restaurantes, y nuevamente se elige al “otro”, natural o no del lugar como compañía y satisfacción, en pero, menos de la mitad de los sujetos mayores indagados han vuelto a esos puntos. Los que sí lo hicieron, unos pocos no lo encontraron igual y aquellos que efectivamente volvieron tardaron un promedio de 6 años en hacerlo.

Los adultos mayores de 65 años, en este caso de la ciudad de La Plata se caracterizan en cuanto al traslado por:

1. Viajan por lo común por sus propios medios, son los que no tienen problemas para trasladarse de un lugar a otro elegidos con libertad de decisión.
2. Viajan con todo pago con paquetes turísticos, posee conocimiento de los lugares a los cuales desearía arribar pero contrata paquetes turísticos que abarcan en demasía sus expectativas.
3. Los adultos asistidos, viajan por sus obligaciones con la facilidad de asistencia de instituciones públicas o privadas (universidades, empresas, etc.), no deciden los lugares de destino.

4. Viajan solos esporádicamente según su situación económica tienen el destino donde residen sus familiares o amigos.
5. No viajan por barreras que se los impiden (idioma, tecnología, temor, etc.).
6. No viajan por enfermedad.

La enumeración da origen a reconocer dentro de ella, los que se podrían llamar viajeros de tercera edad con prácticas turísticas parcialmente invisibilizadas y los verdaderos invisibilizados.

Los primeros son aquellos adultos mayores que si bien tienen capacidad económica para ejercer el turismo libremente adquieren paquetes turísticos que incluyen destinos que no les interesan y están obligados a cumplir horarios que no desean o que por la capacidad física propia de la edad les es penoso cumplir. Los que viajan por obligación y que sin la facilidad de la asistencia de sus organizaciones no lo podrían hacer, arribando a lugares que por lo común no cumplen sus expectativas. Los que se trasladan al lugar de residencia de amigos o parientes a fin de alojarse en forma temporal ya que no cuentan con medios económicos, etc.

Los invisibilizados captados y a fin de ampliar los dos últimos puntos mencionados en el agrupamiento precedente, son los que no pueden viajar en virtud de que fundamentalmente el motivo económico no se los permite.

Las barreras que debe sortear en general la tercera edad se amplían cuando se consideran las limitaciones físicas no pensadas como discapacidades. La facilidad de viajar con un acompañante no se les es dada. Los impedimentos que coartan la libertad de desplazamiento como idioma, costumbres, acceso a internet con propósito de búsqueda, requisitos de documentación e instalaciones de embarque, circulación dentro de terminales, manejar en forma adecuada el lenguaje técnico utilizado (inglés), etc. no es tomada en cuenta y es frecuente que sean víctimas de un trato irrespetuoso. Los que son presa de oportunistas, que actúan con temeridad y brindan traslados y estadías a bajo costo en detrimento de la seguridad y legitimidad. Las cuestiones mencionadas deben ser atendidas a fin de mitigar parte de los problemas que aquejan a los viajeros de la tercera edad.

Las implicaciones emocionales que tiene para una persona la invisibilidad, ya sea en forma total o parcial en su práctica turística, es considerable y hasta extrema. La disminución de emociones placenteras y la hostilidad que perciben con la invisibilización que parte de los estereotipos, interfieren con un envejecimiento óptimo, siendo la depresión y la ansiedad sus acompañantes cercanos.

La imposibilidad de acceder al objetivo de su conducta motivada conlleva a la frustración. El proceso que conduce a la frustración es la *decepción*, al no cumplirse las expectativas generadas en una situación determinada.

La opinión de Guitart (2015) es que existen tres pilares que movilizan la innovación:

- La oportunidad, detectar los espacios para hacer cosas en el futuro.
- La necesidad, la carencia de algo que se demanda actual o potencialmente.
- El deseo, las ganas de hacer.

El marco planetario propone nuevos mercados y destinos emergentes que presuponen una redistribución de los flujos turístico, desarrollo de los largos viajes por la desregulación del transporte aéreo, expansión de las empresas con procesos de concentración económica, incorporación de nuevas tecnologías y la conservación del medio ambiente. La visibilizar en todo aspecto las carencias expresadas y en el que nos compete en: el turismo, debe ir de la mano de la inclusión, la innovación y el respeto.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA GUZMAN M. (2014). "Trayectoria Profesional de la Generación de los "Baby Boomers". Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador.

ALVAREZ, D., PARDO, D., ISNARDO, J. (2015). Extracto Adaptado 'Crowdsourcing a new way to citizen empowerment', en Garrigos-Simon, F., Gil-Pechuán, I., Estelles-Miguel, S., *Advances in crowdsourcing*, Springer.

ALVAREZ SOUSA A. "CAMBIO SOCIAL Y TURISMO: TENDENCIAS DEL TURISMO EN EL SIGLO XXI". Universidad de A Coruña.

ALVAREZ SOUSA A., REGO VEIGA G., LEIRA LOPEZ J, GOMIS RODRIGUEZ A., CARAMES VALO R. y ANDRADE SUAREZ M. J. (2008). "Innovación Turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio". ROTUR/Revista de Ocio y Turismo. Nro. 1, pp. 19-50. Coruña. España.

AMADASI E. y TINOBORAS A. (2016). "Las Personas Mayores en la Argentina Actual: ¿vivir solo es un factor de riesgo para la integración social?" Universidad Católica Argentina. Barómetro de la Deuda Social con las Personas Mayores. Observatorio de la Deuda Social Argentina. Serie del Bicentenario (2010-2016). Boletín Nro. 3. Argentina.

AMADASI E. y TINOBORAS A. (2015). "Condiciones de Vida e Integración Social de las Personas Mayores ¿diferentes formas de envejecer o desiguales oportunidades de lograr una vejez digna?" Universidad Católica Argentina. Barómetro de la Deuda Social con las Personas Mayores. Observatorio de la Deuda Social Argentina. Serie del Bicentenario (2010-2016). 1ª ed. Argentina.

ARANIBAR P. (2001). "Acercamiento Conceptual a la Situación del Adulto Mayor en América Latina". Proyecto Regional de Población CELADE-FNUAP. Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía. División de Población de la CEPAL. Área de Población y Desarrollo del CELADE. Serie 21 población y desarrollo.

ARIAS C., SOLIVEREZ C., GORIS W. G., SCOLNI M. MIRANDA C. y GARCÍA A. (2005): "Análisis de la Integración y Participación Comunitaria de los Beneficiarios de los SIFIASAM en Relación a la Satisfacción Vital en la Vejez". Editoras Golpe, L. y Arias, Sistemas Formales e Informales de Apoyo Social para los Adultos Mayores Aportes de una investigación científica al campo de la Gerontología Institucional/ Ediciones Suarez, Mar del Plata. Argentina.

ARLT R., CANÉ M. (y otros). (2010) "Cosmópolis Del flâneur al globe-trotter". Beatriz Colombi Selección y Prólogo. Eterna Cadencia Editora. Buenos Aires. Argentina.

ARMADANS TREMOLOSA I. (2002). "Actividad de Ocio-turístico y Personas Mayores: Análisis de Diferencias Psicosociales entre "viajeros" y "no viajeros". Tesis. Departamento de Psicología Social. Facultad de Psicología. Universidad de Barcelona. España.

BADENES D. (2012). "Un Pasado para La Plata. Producción editorial y disputa de sentidos sobre la historia de la ciudad en su centenario – 1982" -. Tesis para obtener el grado magister. Maestría de Historia y Memoria. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. UNLP. Argentina.

BASTIDAS F. y TORREALBA M. (2014). "Definición y Desarrollo del Concepto "proceso de invisibilización" para el Análisis Social. Una aplicación preliminar a Algunos Casos de la Sociedad Venezolana". Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología. Vol. 23, Nro. 3, pp. 515-533. Venezuela.

BAUMAN Z. (2002). "Vagabundo y Turista: Tipos Postmodernos en Ética Posmoderna". Editorial Siglo veintiuno. Argentina.

BECK, U. (2000). "Un Nuevo Mundo Feliz". Cap. 1. pp. 78-85. Editorial Paidós. Buenos Aires. Argentina.

BERNAL FORIGUA J. A., MARIN MARTINEZ A.A., MONROY ESCOBAR S. A., PATARROYO MARTINEZ M.E. y TORRES GARZÓN M. P. (2011). "Adulto Mayor como ser Activo y Vital". Corporación Universitaria Minuto de Dios. Especialización en Gerencia Social. Facultad de Ciencias Empresariales. Colombia.

BOURDIN J. C. (2010). "La Invisibilidad Social como Violencia". Universitas Philosophica 54, pp. 15-33. Colombia.

BRAIDOT N. (2015). "¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que les gusta su producto?" Neuromarketing aplicado. www.nestorbraidot.com

BRIGO R. y LÓDOLA A. (2011). "Diagnóstico Socioeconómico de La Plata y sus Centros Comunes". Serie Documentos de Trabajo. Nro. 87. Departamento de Economía. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

CABILDO H. (1991). "Salud Mental y Vejez". Revista Intercontinental de Psicología y Educación. (2005). Vol. 7, Nro. 2. Pag. 82. Universidad Intercontinental. México.

CAMPO P.M NIRAKES N, y JUAN-MALPARTIDA M. (2000). "Versiones Españolas del test de Recuerdo Verbal Selectivo". Psicothema. Vol. 12, Suplemento. Nro. 2, pp. 108-110. Sevilla. España

CAMPODONICO R. & CHALAR L. (2014). "El turismo como Construcción Social". VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Neuquén. Argentina.

CARMONA VALDES S.E. (2009). "El Bienestar Personal en el Envejecimiento". Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, vol. IV, núm. 7, pp. 48-65. Universidad Iberoamericana. México.

CASTAÑO M. J. (2005). "Psicología Social de los Viajes y del Turismo". Reseña de KORSTANJE M. (2009) Gestión Turística. Nro. 11, pp. 113-118. Universidad de Palermo. Argentina.

CASTELLS M. "Globalización e Identidad". Barcelona. España.

CAZAU P. (2006). "Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales". Tercera Edición. Buenos Aires. Argentina

CEPAL-UNFPA-ASDI. (2011). "Los Derechos de las Personas Mayores". Materiales de estudio y divulgación. Módulo 1. Hacia un cambio de paradigma sobre el envejecimiento y la vejez. Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía -División de Población. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

COLOMBI, Beatriz (2010), "Cosmópolis Del Flâneur al Globe-trotter". Selección y Prólogo Beatriz Colombi. Eterna Cadencia Editora. Buenos Aires. Argentina.

CHOLIZ MONTAÑES M. (2004). "Psicología de la Motivación: El proceso motivacional". Universidad de Valencia. <http://www.uv.es/~choliz>

DADON J.R. (2005). "Historia Ambiental y Turismo en la Costa Bonaerense: de playas, vacaciones y ecología". Reproducido de: Todo es Historia N° 450 pp. 54-62

DE DIOS Horacio (2002), "Crónicas de un Viajero". de Dios Editores. Buenos Aires. Argentina.

de GRACIA-GALLEGO C., LOPEZ-GOMEZ M., PEREZ-MARFIL M. N. y ROBLES-ORTEGA H. (2011). "Programa para Mejorar el Bienestar Emocional en Personas Mayores". IX Congreso Nacional de Psicología Clínica: Situación Actual de la Psicología Clínica. Asociación Española de Psicología Conductual. Libro de Capítulos. Pág. 284. San Sebastián. España.

de GRACIA-GALLEGO C., LOPEZ-GOMEZ M., PEREZ-MARFIL M. N., y ROBLES-ORTEGA H. (2011). Adaptación del "Programa de Prevención de la Depresión" de Muñoz (et. al). (1982) a personas mayores autónomas. IX Congreso Nacional de Psicología Clínica: Situación Actual de la Psicología Clínica. Asociación Española de Psicología Conductual. Libro de Capítulos. Pág. 303. San Sebastián. España.

De JUAN VIGARAY M. y SARABIO SANCHEZ F.J. (2003). "Los Valores de los Consumidores y el Comportamiento de ir de Compras como otro Tipo de Ocio". XII Simposio internacional de turismo y ocio: Estrategias para tiempos de cambio. Cataluña. España

DEVESA FERNANDEZ M., LAGUNA GARCIA M. y PALACIOS PICOS A. (2010). "Motivación, Satisfacción y Lealtad en el Turismo: el caso de un destino de interior". Revista Electrónica de Motivación y Emoción. Volumen XIII. Nros. 35-36.

Diario Clarín. (2013,10 de agosto). "Sobre el verano y la nostalgia". Firmado por Deborah Strange. Sección The New York Times International Weekly en español, Sección El Mundo, Buenos Aires. Argentina.

Diario El Día (2012, 3 de octubre). "En la vejez, pocas Leyes Protegen sus Derechos". La Plata. Buenos Aires. Argentina.

DIEZ SANCHEZ. (2009). "Psicología de la Memoria, el Recuerdo y el Olvido. La Memoria Paralizada". Universidad de Salamanca. España.

D'ODORICON M. G. (2014). "Problemas Éticos de la Investigación Social en el Nuevo Orden Tecnológico". Revista SaberEs. Nº 6 Sección Autor Invitado. Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas. Universidad Nacional de Rosario. Santa Fé. Argentina.

FALLAS H. Actualizado ZAMORA VÍQUEZ. (2010). "Ética Aplicada a la Actividad Turística". Instituto Nacional de Aprendizaje. San José. Costa Rica.

FAYOS-SOLA E. (2004). "Política Turística en la era de la Globalización. Las nuevas formas del turismo". Colección Mediterráneo Económico. Nº 5. pp. 215-232.

FERNANDEZ S. (2014). "Ancianidad, Autonomía y Vulnerabilidad. Una mirada a la situación jurídica de los adultos mayores desde la reforma proyectada para el Código Civil argentino". Revista Derecho Privado Año 1 Nro. 2. Argentina.

FERNANDEZ T. (2009). "Implicancias y Efectos del Uso de la Historia Oral con Adultos Mayores". IX Encuentro Nacional y III Congreso Internacional de Historia Oral de la República Argentina. "Los usos de la memoria y la Historia Oral". Argentina.

FERNANDEZ ROBIN C., CEA VALENCIA J., SANTANDER P. y MELO ORREGO R. (2015). "Turismo de Intereses Especiales: investigación de mercado sobre las motivaciones desde la perspectiva del cliente". Revista Internacional Administración & Finanzas. Vol. 8, Nro. 1, pp. 51-68.

FISCHER H.R., PISONI N.I. y EDELSTEIN C.M. (2012). "Tiempo y Espacio Transicional en la Migración. Seminarios de Campos Aplicados en Psicología". Departamento de Psicología Clínica. Universidad Kennedy. Argentina.

FOLLARI R. (2010). "La Economía: ¿Pseudo Ciencia?" <http://www.nodulo.org/ec/2002/n010p08.htm>

GAJARDO J. (2016) "Los Beneficios de Viajar para el Adulto Mayor". Sociedad de Geriatría y Gerontología Chile. www.socgeriatria.cl/site/?p=549

GOLDSTONE P. (2003). "Turismo. Más allá del Ocio y del Negocio". Ed. Debate. Reseñas de publicaciones. HERNANDEZ ARMAS R. (2006). PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 4 nº 3 pp. 447-452

GONZALEZ FERNANDEZ A.M. (2005). "La Segmentación del Mercado Turístico por Estilos de Vida: Una estrategia empresarial en auge". Investigación y Marketing Nro. 87. pp. 18-24.

GONZALEZ H. y VIRRARUEL M. (2015). "Administración de Recursos Humanos". Actividades de Complementación Teórico Prácticas. Unidad 1. Pág. 9. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata.

GUITAR, P. (2015, 8 de noviembre). "La Innovación es un Estado Mental". Diario La Nación. 8 de noviembre. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1847517-la-innovacion-es-un-estado-mental>

HERNANDEZ SAMPIERI R. FERNANDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO P. (2000). "Metodología de la Investigación". McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México

HERNANDEZ ZAMORA Z. E. (2005). "La Psicoterapia en la Vejez". Revista intercontinental de Psicología y Educación. Vol. 7, Nro. 2, pp. 79-100. Universidad intercontinental. México.

HUENCHUAN S. (2013). "Los Derechos de las Personas Mayores en el Ámbito Internacional". CEPAL. Materiales avanzados de estudio y aprendizaje.

IACUB R. y ARIAS C. J. (2010). "El empoderamiento en la vejez". Journal of Behavior, Health & Social Issues, vol. 2, pp. 25-32. Asociación Mexicana de Comportamiento y Salud, A. C. México.

IACUB R. y SABATINI B. (2013). "Psicología de la Mediana Edad y Vejez". Especialización en Gerontología Comunitaria e Institucional Módulo 3. Facultad de Psicología. Universidad Nacional de Mar del Plata. Ministerio de Desarrollo Social Presidencia de la Nación. Secretaria Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia. pp. 20. Argentina.

JIMENEZ R. (2013). "Libro Blanco de los Viajes Sociales. Cómo Internet y el protagonismo de los viajeros han revolucionado el sector turístico". Minube.com

KOSTAJE M. (2007). "Aportes de los Viajes a las Ciencias Sociales: Un relevamiento bibliográfico para un análisis teórico". Gestión Turística. Nº 8 pp. 25-46. Universidad Austral. Chile.

KORSTANJE M. y WALLINGRE N. (2007). "Historia del Turismo Argentino. Turismo, Territorio y desarrollo". Sección Etapa del turismo industrial maduro. Ediciones Turísticas, Buenos Aires. Argentina

KORSTANJE M. (2008). "El Miedo al Viaje: un estado de la cuestión. Nómadas". Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas.

KORSTANJE M (2009). "La Industria de la Fantasía: Turismo y Prejuicio". Revista Nº8 Sociología y Cultura I. www.revinciapolitica.com.ar/num8art7.php

KORSTANJE M. (2013). "Epistemología del Turismo: teoría del sistema onírico". Palermo Business Review. Nro. 10. pp. 7-20. Argentina.

KORSTANJE M. (2015). "Cinco Factores que hacen al Viaje Turístico. Miedo, Adaptación y Re-encuentro". International Journal of Safety and Security in Tourism/Hospitality. Departamento de Ciencias Económicas. Universidad de Palermo, Argentina.

KORSTANJE M. (2015). "Problemas y Obstáculos en la Investigación Científica del Turismo". Universidad de Palermo. Argentina. International Society for Philosophers. UK. University of Florida. US. www.sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43187/Documento_completo

LARA A. E. Compilador. (2008). (et al). "100 Años de Turismo Argentino". Editorial Proia. Argentina.

LAZARO FERNANDEZ Y. (2009). "Aprender Disfrutando: una experiencia de ocio para adultos/mayores en la Universidad". Revista Mal-estar e Subjetividade. Vol. IX. Nro. 3. pp. 751-782. Universidad de Deusto. Bilbao. España.

LEIRA LANDEIRA G. (2013). "Dream Society and changes in tourist activity". *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, Nº 6 pp 76-90. España.

LEMOINE G., GONZALEZ SEGARRA C., BELLO D., SARABIA L. y MARCH M.D. (2006). "El Turismo como Política de Estado en la República Argentina". Observatorio de Políticas Públicas. Coordinación General del Cuerpo de Administradores Gubernamentales. Jefatura de Gabinete de Ministros. Argentina.

LODOLA A. Y BRIGO R. (2011). "Diagnóstico Socioeconómico de La Plata y sus Centros Comunales". Documento de Trabajo Nro. 87. Pág. 53. Facultad de Ciencias Económicas. Departamento de Economía. UNLP. Argentina.

MALLARDI M. W. (2013). "Cuestión Social y Situaciones Problemáticas: aportes a los procesos de intervención en Trabajo Social". Revista Cátedra Paralela Nro. 9, pp. 14-30. Argentina.

MANZANERO A. (2006). "Procesos Automáticos y Controlados de Memoria: Modelo Asociativo (HAM) vs Sistema de Procesamiento General Abstracto". Facultad de Psicología. Universidad Complutense de Madrid. Revista de Psicología General y Aplicada. España.

MARCHIORI E. y HATUM A. (2015). "Todas las Personas tienen su lado Creativo; hay que descubrirlo". Diario La Nación. 8 de noviembre. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1849847-todas-las-personas-tienen-su-lado-creativo-hay-que-descubrirlo>

MARIN L P. P., CARRASCO G M., CABEZAS U^a M., GAC E H., HOYL M T., DUERY D^a P., PETERSEN C^a K y DUSSAILLANT K^b C. (2004). "Impacto Biomédico de los Viajes en Adultos Mayores Chilenos. Artículo de Investigación". Revista Médica. pp. 573-578. Chile.

MARTINEZ-KALININA N. (2016, 11 de enero). "Ocho Minutos para encarar el Futuro: la urgencia por alentar la innovación". Diario La Nación. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1860932-ocho-minutos-para-encarar-el-futuro-la-urgencia-por-alentar-la-innovación>

MEDINA LASCANO A.G. (2016). "El Turismo Social como factor Inclusivo en la Oferta Turística orientada a Adultos Mayores". Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Turismo y Hotelería. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

MOLINARI P. "Turbulencia-Generacional". Directora de la consultora especializada en desarrollo y procesos de cambio Whalecom. <http://management.iprofesional.com/notas/119859-Paula-Molinari-lanza-su-libro>

MONTES DE OCA V. (2003). "El Envejecimiento en el Debate Mundial: reflexión académica y política". Papeles de Población. Centro de Investigación y Estudios Avanzados de la Población. Universidad Autónoma del Estado de México. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe. Ciencias Sociales y Humanidades. pp. 79-104.

MORENO GIL S., BEERLI PALACIO A. y DE LEON LEDESMA J. (2012). "Entender la Imagen de un Destino Turístico: factores que la integran y la influencia de las motivaciones". Criterio Libre, Vol. 10, Nro. 16, pp. 115-142. España.

MUNÉE F. y CODINA N. (1996). "Psicología Social del Ocio y el Tiempo Libre". CAP 16. pp. 430-432. coordinado por ALVARO J.L. GARRIDO A. y TORREGROSA J.R. Psicología Social Aplicada. McGraw-Hill. España.

NAVOS, O. T., NOGUERA, M. Y. y de la FUENTE, L. (2015). "La Innovación y el Enfoque de RSE como Elementos Indispensables en la Actividad Emprendedora de Hoy". Revista Saberes. Sección de Contribuciones Especiales. N° 7. pp. 85-99. Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas. Universidad Nacional de Rosario. Argentina.

NORANI M, CARLINI S, UCCELLI V y BRISACAM C. (2007). "El turismo es Desarrollo ¿pero para quién?". Colección Desarrollo Productivo y Trabajo. Serie Observatorio Turístico. Ed. de la UNLa. Universidad de Lanús. pp. 70-71. Argentina.

OBSERVATORIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS. (2006). "El Turismo como Política de Estado en la República Argentina". Jefatura de Gabinete de Ministros. Presidencia de la Nación. Argentina.

OMT. (2013). "Libro Blanco de los Viajes Sociales". Universidad de Palermo. Palermo Business Review N° 10. Argentina

OVEJERO BERNAL A. (2008). "Desigualdad, Subdesarrollo y Pobreza en la actual Globalización Ultraliberal". Revista de Filosofía, año III, 18. pp. 107-177 Eikasía. España.

PARRA C., CERNUZZI L., D'ANDREA V. CASALI F. (2013). "Reminiscens: tecnología para el recuerdo y la interacción social del adulto mayor". Conferencia Paper.

PEREZ ARAMBURU E. (2010). "Estudio de Satisfacción de Turistas Nacionales y Extranjeros". Coordinación de Calidad. Secretaría de Turismo del Ministerio de Industria y Turismo. Notas en Turismo y Economía. Departamento de Turismo. Facultad de Ciencias Económicas. Año I, Nro. I, pp. 32-48. UNLP. Argentina.

PIEDRAHITA M. A. y MEDINA MONTOYA S. P. (2014). "Representaciones Sociales del Adulto Mayor en Estudiantes de Psicología de Séptimo Semestre". Trabajo de Grado. Facultad de Psicología. Universidad San Buenaventura. Colombia.

PIGLIA M. (2008). "La Incidencia del Touring Club y del ACA en la Construcción del Turismo como Cuestión Pública". Cuestiones Públicas y Turismo. Vol. 17 pp. 51-70 Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.

QUINTANA LEON M. B., MOLINA QUINTANA B. y MOLINA QUINTANA A. J. (2011). "Alternativa Turística para el Adulto Mayor". Mimixekua. Revista de Investigación en Ciencias Sociales. Consejo de Investigación Científica. Universidad La Salle Morelia. Nro. 4, pp. 50-63. México.

REPETTO R., POTENZA F., MARAZZI V. y FERNANDEZ J.P. (2011). "Políticas y Acciones Orientadas a los Adultos Mayores". Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento. (CIPPEC). Área de Desarrollo Social. Programa de Protección Social. Documento de Trabajo Nro. 75. Argentina.

Revista (FRIDE, Mayo 2006). Desarrollo en Contexto 01. El Empoderamiento. España. **Narayan, Deepa.** (2005). "Measuring empowerment. Cross Disciplinary perspectives". World Bank.. Referencias: www.fride.org y **World Development Report 2000/01.** <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTPOVERTY/0,,contentMDK:20194762~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:336992,00.html> **Voices of the Poor.** <http://www1.worldbank.org/prem/poverty/voices/> **Community development driven.** www.worldbank.org/cdd .

RODRIGUEZ KAUTH A. (2002). "Algunas Relaciones entre la Psicología y la Economía". Rev. Psicología Política. Nro. 25. pp. 37-48. Argentina.

RODRIGUEZ J. y GARCIA J. (1996). "Psicología Social de la Salud". CAP 13. pp. 352-358. coordinado por ALVARO J.L. GARRIDO A. y TORREGROSA J.R. Psicología Social Aplicada. McGraw-Hill. España.

RUIZ LIMON, R. (2004) El Funcionamiento de la Mente Humana. Disponible en web: www.docudesk.com

SCHENKEL E. (2013). "El Derecho de las Personas al Turismo en Argentina. Una aproximación desde la Justicia social". Revista Líder Vol. 22. pp. 189-206. España.

SNEDECOR G. W. y COCHRAN W.G. (1979). "Métodos Estadísticos" pág. 89. Compañía Editorial Continental S.A. México.

TARTARINI J. (2001). "Arquitectura Ferroviaria". Pág. 82. Buenos Aires. Argentina.

TORREBLANCA F. (2014). "El Marketing de la Nostalgia". <http://franciscotorreblanca.es/el-marketing-de-la-nostalgia/#sthash.5yTk96tr.dpuf>

TORREBLANCA F. (2014). "Cada Decisión se toma Respecto a una Emoción". <http://franciscotorreblanca.es/cada-decision-se-toma-respecto-a-una-emocion/#sthash.iV6yHenv.dpuf>

TORREBLANCA F. (2014). "El Impacto del Olor y del Olfato en Marketing". <http://franciscotorreblanca.es/el-impacto-del-olor-y-el-olfato-en-marketing/#sthash.W5Bhr9I7.dpuf>

TORREBLANCA F. (2014). "Las Emociones son Eternamente Jóvenes". <http://franciscotorreblanca.es/las-emociones-son-eternamente-jovenes/#sthash.RshdtalT.dpuf>

TORREJON. A. (2008) Coord. "100 años de Turismo Argentino". Ed. Proia. Buenos Aires. Argentina.

UCA. AMIA y ESPAÑA. (2011). Compiladores. BLAISTEIN N. y SALVIA A. "Derechos Sociales para todos y entre todos. Hacia una Ciudadanía plena". Coloquio Internacional "Derechos sociales para todos y entre todos. Hacia una ciudadanía plena" junio de 2010. Universidad Católica Argentina.

UNION EUROPEA. El Mundo en 2025. Como tendrá que responder la Unión Europea. Documento de Debate. Capítulo III Opciones Políticas de Europa en los sectores clave. Título Demografía e Inmigración. Subtítulo Problemas Europeos. pag. 22 noviembre 2007. DV/691248ES.doc. www.ein.eu

UNIVERSIDAD CAEDE – CAMARA ARGENTINA DE COMERCIO. (2013). "Panorama Demográfico de la Provincia de Buenos Aires". Argentina.

UNIVERSIDAD DE ALICANTE. (2009) Departamento de Psicología de la Salud. España.

UNIVERSIDAD DE MURCIA. "El Turismo. Conceptos y Definiciones e Importancia Actual". Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. España.

UNIVERSIDAD DEL VALLE – AMES COMOPANY. (1976). Primer Simposio Latinoamericano de Detección Precoz de Enfermedad. Cali. Colombia.

WALLINGRE. N. (2007). "Historia del Turismo Argentino" Ediciones Turísticas. Argentina.

WHETSELL M. V., FREDERICKSON K., AGUILERA P. y MAYA J. L. (2005). "Niveles de Bienestar Espiritual y de Fortaleza Relacionados con la Salud en Adultos Mayores". Revista Aquichan. Año 5, vol. 5 Nro. 1 pp. 72-85. Colombia.

ANEXOS

RECUERDOS (para personas de 65 y más años)

Edad

En años cumplidos
 60 – 64
 65 – 69
 70 – 74
 75 – 79
 80 – 84
 85 y más

sexo → Femenino
 Masculino

Elección sexual → Heterosexual
 otro

Nivel alcanzado en educación

(Marque el mayor alcanzado)
 Primario
 Secundario y Terciario
 Universitario
 Nivel Superior

Situación Laboral

Jubilado
 Pensionado
 Retirado
 En actividad
 Otro.....

Su estado civil es?

Soltero Casado
 Viudo Divorciado
 En pareja Otro

Ha viajado fuera de su lugar de residencia?

Si

De aquí en adelante Ud. pensará en sus viajes, y responda por la mayoría de ellos

Cual fue el motivo?

Visita Amigos y Parientes. Estudios
 Congresos y convenciones Vacaciones
 Diversión ocio
 Otro.....

Su estado civil era?

Soltero
 Casado
 Viudo
 Divorciado
 En pareja
 Otro

Lugar que recuerda más

Nombre:

Provincia o Región:

País:

Porqué?

Experiencia:

Social
 Deporte
 Gastronómica
 Aventura
 Geografía
 De la niñez
 Juventud
 Otro (cual)

Continúa ↓

No

Económicos
 Salud
 Familia
 Desinterés
 Falta de tiempo
 Otro

Si pudiera lo haría? Si **No FIN**

Donde?:

Como?: Cuenta Propia
 Agencia u otro 3º
 Otro (cual).....

Como conoció la existencia de ese lugar?

Medios de Comunicación (cual?).....

Charlas con amigos
 Trabajo
 Por sus padres
 Cine (nombrar)
 TV (programa)
 Internet
 Redes Sociales
 Otro (cual).....

FIN

Con que sentido percibió la intensidad de la experiencia?
 (Marcar una por renglón, siendo la más baja 1 y la más alta 5)

	Grado de intensidad				
	1	2	3	4	5
Vista					
Tacto					
Olfato					
Oído					
Gusto					

En que lugar puntual la vivió?

Museo

Barrio

Restaurante

Medio de transporte (cual).....

Otro (especificar)

Ha vuelto al lugar que mas recuerda?

Si No

Porqué?

Enfermedad

Económico

Temor

Dificultad con el Idioma

Otro (cual)

Lo Encontró Igual?

No Si

Porqué? (Breves palabras)

Hace cuanto tiempo?

Años Meses (Tachar lo que no corresponda)

Posee?

PC Notebook Netbook

Tablet Smartfone Otro

Conoce los términos?

Conectarse con el móvil

Comercio electrónico

Book a Group

Assistance voyeurs

Sistema Amadeus

Rent car

Booking

Over Booking

Hostel

Hotel F1

En el **primer viaje** de su vida que edad tenía?

Años Meses (Tachar lo que no corresponda)

Para que fue? :

Con quien?:

MUCHAS GRACIAS

GUIÓN DE LAS ENTREVISTAS

¿Fue solo, amigos-familia, por agencia, gremio, empresa (pública o privada otra.?)

¿Era un paquete cerrado? o ¿casa de amigos o familiares?

Su grupo era heterogéneo. ¿Tuvo problemas con el grupo?

¿Vió y estuvo en los lugares que quería conocer?

¿Tuvo el tiempo suficiente en cada lado? ¿Y los tiempos? levantarse, desayuno, otros

¿Problemas de salud, molestias, etc.?

¿Quedó conforme?

¿Le faltaron cosas para ver?

¿Preparó información de los lugares a donde iba?

¿Tuvo gastos extra?

¿Problemas? con el idioma, las costumbres, otros

¿Cómo fueron los traslados? ¿Con poco tiempo, mucho papeleo?

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

July y Tito: July es viuda y vuelta a casar con Jorge, tienen hijos de sus primeros matrimonios. Jorge es contador y ella jubilada de escuela privada en nivel primario. En la cocina de su casa comienzan con sus viajes.

El primero fue a Colombia. A pesar que Tito había leído mucho y tenía lugares que quería ver, se quedó con las ganas. Porque primero fuimos a la Capital y no mucho más. Tito se empezó a sentir molesto. Nos llevaban a lugares que mucho no nos interesaban.

¿Era un paquete cerrado? o ¿casa de amigos o familiares?

Era un paquete que tomamos en Concordia, de alguna forma fue lo que nos prometieron. Conocimos mucho, pero ya te digo Tito tenía ganas por ejemplo de conocer las afueras.

Tuvimos mucha playa y en el hotel nos atendieron muy bien. La gente del hotel muy amable y servicial. Nos llevaron a un minitour por la ciudad y pararon en lugares predeterminados. El guía nos gustó mucho, sabía de historia, costumbres,, y se detenía en lugares de interés, pero ya te digo Tito quería ver más.

A mí la playa me gusta pero Tito es muy blanco y tenía que cuidarse mucho del sol. De todas maneras fuimos poco tiempo. Entre los viajes de ida y vuelta, a pesar que fueron en avión, el tiempo de estada se redujo. Ah! Me olvidaba estuvimos también en Barranquillas.

.....
Pero dejá que te cuente cuando fuimos a Europa.

Fue muy hermoso, fuimos por la misma empresa que a Colombia, conocimos mucho. Pasamos por muchos países y paseábamos todo el día. Nos molestaban las valijas, viste, ponés cosas que después no usas, que el saquito por si hace frio, que la campera por si hace más frio, el vestidito más liviano y el más pesado, zapatos de vestir, etc. etc.

Volvimos muy cansados, se ve que ya nos cuesta la vida con muchas vueltas. Italia, se ve que me tira la sangre, la gente es hermosa y son gritones. Era como si estuviera en casa. La comida, los gestos, hasta la forma de caminar. El Vaticano me gustó mucho.

Estuvimos en el museo, en la iglesia y en la plaza. No pudimos ver al Papa. Claro, el Papa no estaba incluido en el tour, pero uno va siempre con esa expectativa. En el Vaticano quedamos en reunirnos a una determinada hora en un lugar, no había un recorrido en especial.

¿Los demás países? Llega un momento en que te hartás. Tenés que esperar que se bañen, que vayan al baño, que se despierten,entonces vos ya estás lista y salís 1 hora más tarde de lo que dijeron. Lo que viene después es hacer todo corriendo.

No viajaría sola, yo sola no, pero con Tito sí, se mete en internet por horas y busca todo lo que le gusta y además tiene experiencia de haber ido a Congresos y por trabajo a muchas partes del mundo, así que conoce. Yo no. Hace 4 años cuando fuimos a Mendoza llevó una carpeta con todo, tenía como 100 hojas.

Ester y Claudio: matrimonio si hijos, ya en la cuarta edad, profesionales, jubilados uno provincial y el otro nacional además poseen sus respectivas cajas profesionales. Almorzando en la mesa de un restaurante Claudio comienza contando lo que fueron sus viajes todos los realizaron juntos.

Los viajes los hicimos por nuestra cuenta. Nos movíamos bien en un principio. Los destinos los fuimos eligiendo nosotros, siempre en lugares que queríamos conocer y yo los elegía por la Revista Muy Interesante, fuimos hasta en el Amazonas paseado en una canoa en una noche de luna llena por la selva. El guía era un nativo de Iquitos. Éramos un grupo muy reducido.

Cuando fuimos teniendo más edad íbamos a la casa de los amigos o parientes de amigos, también fuimos solos, hasta ahí nunca tomamos un paquete turístico en agencia. Nos quedábamos todo el tiempo que queríamos.

Con más edad, si tomamos con un grupo de amigos un paquete a Europa, fue muy molesto, claro acostumbrados a movernos por nuestra cuenta

.....
Poldy interviene, Claudio no te quiere decir que no teníamos tiempo para levantarnos, asearnos, desayunar, etc. Tuvimos algunas molestias funcionales físicas sobre todo a la mañana, ¿no sé si me entendés? y salíamos en una combi que nos llevaba a los destinos con horarios que para estar en cada lugar no eran suficientes.

Lo más molesto, dice Claudio, era que la mitad de los lugares no nos interesaban mucho y el poco tiempo que teníamos veíamos todo rápido y nos llevaban a tiendas de souvenirs con cosas bastante feas. Te cuento si te sirve, nos cansamos e hicimos un salto obviando dos destinos para lo cual nos conectamos en el hotel con un bus que nos llevó a una ciudad que sí queríamos conocer, haciendo un salto de donde estábamos a allí. ¡Todo pagado por nuestro bolsillo, por supuesto!

Fue interesante y quedamos medianamente conformes, todo muy rápido, pasamos raudamente por lugares interesantes para nosotros. Una experiencia que no vamos a repetir. No viajaremos.

VICTOR: estilista, hijo de Inés, tiene más hermanos, conversación que se entabla casualmente en la peluquería.

Ah! ¿Está haciendo un trabajo sobre experiencias en la tercera edad? Le refiero lo que le pasó hace poco a mi madre. Viajó a las Termas de Rio Hondo. No la pasó muy bien, fue por un servicio que contrataron el grupo de abuelos, cuando me dijo me opuse porque me pareció no daban las garantías necesarias pero ella estaba muy entusiasmada, iba a ir con el grupo de siempre, todos conocidos, con ganas de hacer un viaje. No quiso que me metiera ni siquiera a preguntar.

Era un servicio con transporte y hotel con pensión completa. El ómnibus era bastante feo y llegó a buscarlos tarde, salieron tarde, después supe que el viaje hasta allá no había sido cómodo.

Estuvieron en la ciudad y caminaban. El hecho fue que mi mamá tuvo problemas una noche con una gastroenterocolitis y no consiguieron quien la atendiera hasta el otro día.

Mi mamá no quedó conforme con el viaje pero cuando le pregunté me dijo que lo había pasado muy bien y se había divertido. ¿Vió como son los mayores? Es difícil que den su brazo a torcer.

Parámetros de edad de la totalidad de los encuestados

Total de Encuestados: 76

Medidas Centrales

Media edad total encuestados = 68 años

Mediana = 66 años

Modo = 62 años

Medidas de Dispersión

Varianza = 52,3

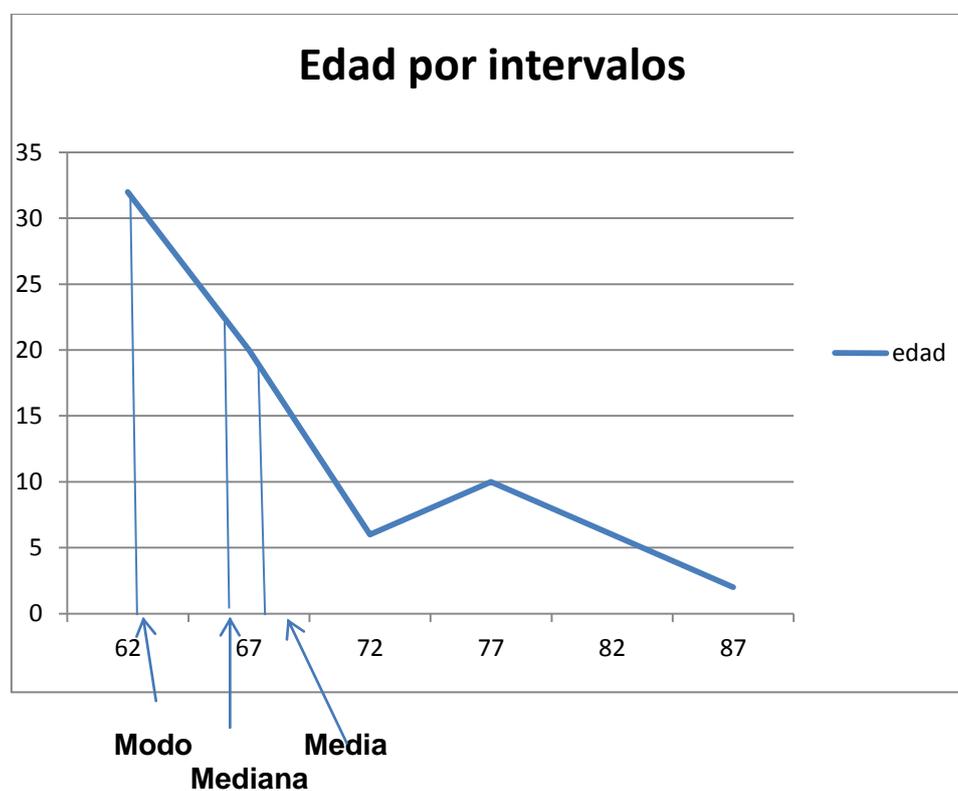
Desvío=7,2

Coefficiente de Variación = 0.11 11%

z derivada =Media + S = 75 años $Z=(75-68)/7,2 \rightarrow 0.97$ 0.334

Media - S = 61 años $Z=(61-68)/7,2 \rightarrow -0.97$ 0.334

La probabilidad de encontrar sujetos entre 61 y 75 años es de **66,80%**



Medidas de Partición

Análisis Cuartílico

Q1= 63 años

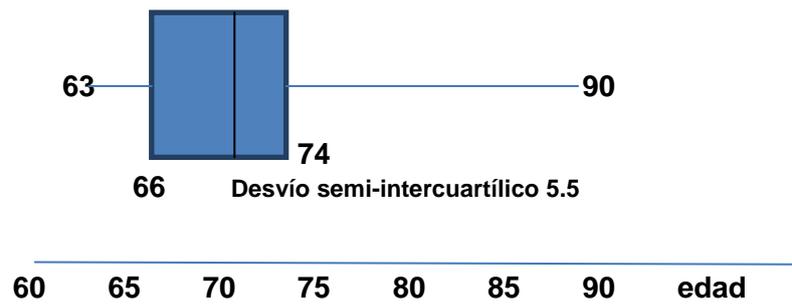
desvío intercuartílico 11

Q2 (mediana) = 66 años

Q semintercuartílico 5,5

Q3= 74 años

asimetría se corrobora la asimetría positiva



EL LUGAR MÁS RECORDADO

**Cantidad de viajeros según lugar que recuerdan,
por dependencia política y País**

Nombre ciudad o barrio	Provincia, Estado, Departamento, Región, etc.	País	Cantidad viajeros	Total
Necochea	Buenos Aires	Argentina	1	
Cariló	Buenos Aires	Argentina	1	
Villa Gral. Belgrano	Córdoba	Argentina	1	
Mendoza	Cuyo	Argentina	1	
Bariloche	Rio Negro	Argentina	1	
Santa Fe	Santa Fé	Argentina	1	
			6	
Colonia	Colonia	Uruguay	1	
Florianópolis	Santa Catarina	Brasil	1	
			2	
Paris	París	Francia	1	
Roma	Roma	Italia	1	
Vaticano	Roma	Italia	1	
			3	
volvieron a hacerlo				11
Bariloche	Rio Negro	Argentina	1	
Catamarca	Catamarca	Argentina	1	
La Rioja	La Rioja	Argentina	1	
Paraná	Entre Ríos	Argentina	1	
Calafate	Santa Cruz	Argentina	1	
San Rafael	Mendoza	Argentina	1	
Carlos Paz	Córdoba	Argentina	1	
Santa Rosa	La Pampa	Argentina	1	
Olavarría	Buenos Aires	Argentina	1	
Merlo	San Luis	Argentina	1	
Iguazú	Misiones	Argentina	1	
			11	
Asunción		Paraguay	1	
Natal	Rio Grande del Norte	Brasil	1	
Camboriu	Santa Catarina	Brasil	1	
Fortaleza	Ceará	Brasil	1	
Cancún	Península de Yucatán	Méjico	1	
			5	
Miami	Florida	EEUU	1	
Roma	Roma	Italia	1	
Vaticano	Roma	Italia	1	
Madrid		España	1	
Valencia	Andalucía	España	1	
			4	
no volvieron a hacerlo				21
TOTAL				32

