

PARADOJAS EN EL PARAÍSO: LA ACCESIBILIDAD DE LOS SERVICIOS DE NATURALEZA TURÍSTICA EN ESPAÑA. POR UN TURISMO DE CALIDAD Y PARA TODOS

Ángeles Rubio Gil*

Resumen. Este trabajo es una propuesta para la reflexión, a partir de la investigación tanto teórica como empírica, sobre la entidad del turismo accesible y de una industria, la turística, que encuentra su razón de ser en la "facilitación" del viaje y la estancia. En él, entre otras, se llega a la conclusión de que la accesibilidad turística (en su dimensión material, informativa y formativa) ha mejorado en los últimos años gracias a la propia lógica postfordista de los mercados, que demanda unos servicios más evolucionados, capaces de superar las rigideces de la servucción estandarizada, como máxima para la racionalidad, rentabilidad, calidad y sostenibilidad sectorial.

Palabras Clave. Accesibilidad turística, turismo para todos, turismo social, turismo y salud.

Abstract. This work is proposed as a reflection, based on both theoretical and empirical research, on the entity of accessible tourism and on the tourism industry, which has its reason for being in the 'ease' of the journey and stay. In this, amongst others, we can conclude that the accessibility of tourism (in its material, informative and training dimension) has improved during the last few years, thanks to the post-Ford period logic of the markets which demand services to be more highly developed, and to go beyond the rigidity of standardized service, as the maxim for rationality, profitability, quality and sectorial sustain.

I. INTRODUCCIÓN

La evolución de colectivos, conocidos entre otros términos como "personas con discapacidad" o "movilidad reducida" han ido alcanzado una posición de normalización social y como extensión de esta, una mayor capacidad y vocación por el viaje. Se intenta ahora corroborar si dicha situación se corresponde con un cambio equiparable en el sector, y qué repercusiones tiene para el mismo, tanto en concerniente a la accesibilidad de sus infraestructuras y la acogida dispensada por los profesionales, como en lo que respecta a la influencia de dicha accesibilidad en la calidad, capacidad, sostenibilidad y rentabilidad del producto turístico español.

Las raíces del proceso de inserción en todos los ámbitos del ocio de la población discapacitada o con movilidad reducida, pueden hallarse en factores, como el incremento de su poder adquisitivo (con la integración laboral y la cobertura social de las personas discapacitadas, jubilación remunerada y anticipada y mayor capacidad de ahorro de las personas mayores), la gran incidencia del turismo social a partir del año 1985, el apoyo de las asociaciones no gubernamentales, etc. Pero sobre todo, han contribuido, cambios significativos en los usos sociales, como la mayor disposición al viaje de las personas mayores y la concienciación sobre el derecho al ocio de las personas con discapacidad, llegando a la paradoja, de que un colectivo conocido, entre

* Coordinadora de la Comisión de Sociología del Turismo del Ilustre Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología.

otros términos, con el de “personas con movilidad reducida”, paradójicamente designe a una población de viajeros y consumidores turísticos de primera envergadura.

El resultado ha sido un bagaje altamente positivo para el sector turístico español, que se ha constituido en destino preferente del turismo social europeo, incluido el autóctono; lo que ha contribuido a mantener una actividad más continuada, incidiendo en una clara tendencia a la desestacionalización de la actividad, una mayor competitividad y al mantenimiento del empleo.

Dicho esto, abordar la accesibilidad en el turismo español, se antoja un tema, no solamente necesario, dada la condición de España como potencia turística mundial y principal destino de los europeos; sino además, doblemente oportuno, en tanto, calidad, formación (1) e investigación (2) son materias, directamente relacionadas con la accesibilidad en los servicios de naturaleza turística, pero que en consonancia con nuestro modelo de desarrollo turístico, se han planteado de forma tardía.

Para afrontar estos retos, y por los rasgos contradictorios que se auguran en el planteamiento del tema, se ha considerado la paradoja como marco idóneo para la investigación, por estimar que la búsqueda de la objetividad exige de la predisposición para poner en tela de juicio cualquier tipo de identidad que el sentido común ha dado como válida. Parafraseando a Kierkegaard, puede afirmarse que la paradoja como pasión del pensamiento y a la que éste no puede sustraerse, restablece la verdad –en tanto que verdad profunda-, frente a las “meras

verdades” de la opinión común y hasta del conocimiento filosófico y científico (3).

Asimismo se ha empleado el enfoque emprendido por la corriente que se ha dado en llamar Turismo para todos (*Tourism for all*), (4) que parte del informe Baker publicado en 1989 y primera campaña en este sentido. Dicho informe, que surge a raíz de un congreso promovido por colectivos e instituciones del Reino Unido, consistía en una serie de recomendaciones a la industria turística, para que tuviera en cuenta las necesidades de todo el conjunto de la sociedad a la hora de desarrollar sus políticas; con la novedad de atribuir a las propias infraestructuras, y no a los usuarios las limitaciones que comprometen su participación.

Por ejemplo, sería un error atribuir a una minusvalía física del individuo y no a un factor social que afecta al medio, el hecho de que un hotel, un medio de transporte o un restaurante no contemple la posibilidad de que una mujer en estado de gestación deba utilizar sus servicios durante el viaje por motivos familiares o de negocios (5). Una situación tan cotidiana, como que puedan ejercer su rol viajero personas que sufran alguna clase de traumatismo, tengan que portar un bebé o equipajes pesados, desconozcan la lengua del país de destino, sean demasiado jóvenes, o mayores de sesenta años (6)... En resumen, situaciones que nos aproximan a la realidad de la condición humana, que tan sólo en una pequeña proporción se asemeja a esa imagen estándar del viajero de compleción deportiva, varón sin cargas familiares y de edad no muy avanzada.

II. ANTECEDENTES DEL TURISMO PARA TODOS

La relevancia del informe Baker, fue manifiesta en el gran impacto que supuso la proliferación, a partir de entonces, de estudios y campañas a favor del Turismo Accesible (o Turismo Para Todos) (7). Ya en este mismo año se plantea a través de la revista *Annuals of Tourism Research*, de la Universidad de Maryland (Estados Unidos) una taxonomía de las diferentes barreras que impiden a las personas con alguna discapacidad la libertad en sus viajes y vacaciones.

Sin la pretensión de ser exhaustivos, cabe reseñar por su relevancia las investigaciones desarrolladas, también en Estados Unidos y durante cuatro décadas por el Dr. Gerald S. O'Morrow y entre las que destaca su libro 'El Ocio Terapéutico', considerado un texto fundamental.

Por otra parte, desde las instituciones de la Unión Europea, además del apoyo a la campaña iniciada en el Reino Unido a través del Plan de Acciones Comunitarias a Favor del Turismo y la creación de las Direcciones Generales de las Comisiones competentes en materia de Asuntos Sociales y de Turismo, un Grupo de Expertos promovió dos Conferencias de "Turismo para Todos" en los años 1991 y 1993.

En España debe destacarse, la labor emprendida por la Cátedra "Ocio y Minusválidas" en la Universidad de Deusto, en colaboración con la Organización Nacional de Ciegos de España (ONCE), que estableció en 1994 un ambicioso plan de investigación (PODEMOS), considerando el ocio de las

personas con discapacidad desde una perspectiva multidimensional, según la cual éste puede servir tanto a propósitos preventivos, educativos, terapéuticos, de rehabilitación, pero en esencia, y de ahí su carácter innovador, por situar el ocio como fin en sí mismo.

En la ineludible tarea de combinar investigación y acción social, han contribuido asociaciones, como la Asociación Española de lucha contra la poliomielitis (ALPE), que entre otras actividades, promovió el 27 y 28 de enero del año 1997 un Congreso Internacional de Turismo para todos, en el que participaron los interlocutores sociales más directamente relacionados con la problemática y organismos como la ONCE, y el Centro Estatal de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas (CEAPAT) (dependiente del Instituto de Migraciones y Asuntos Sociales -IMSERSO-), que participa en programas internacionales dirigidos a lograr la accesibilidad para las personas mayores y con discapacidad. El CEAPAT es el representante español en la Comisión Internacional de Tecnología y Accesibilidad (ICTA), así como del Grupo de Expertos arquitectos y urbanistas del Consejo de Europa, entre cuyas responsabilidades está elaborar un documento de referencia sobre el Concepto Europeo de Accesibilidad y de la realización del Manual Europeo de Accesibilidad, en donde, el Concepto Europeo supone una visión integrada de la accesibilidad como un valor de calidad para toda la población.

Sería, sin embargo muy extensa, la enumeración de otras organizaciones no gubernamentales, que como la Fundación Minusválidos en la Naturaleza, trabajan en la tarea

de sustituir el ocio pasivo de las personas discapacitadas por el ocio turístico.

En general, puede afirmarse de la todavía escasa investigación sobre la materia, es que el turismo para todos ha sido abordado fundamentalmente desde la perspectiva de los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad. Es por ello, que en esta ocasión se plantea el estudio del lado de la teoría del turismo, como fenómeno social complejo, que exige un enfoque interdisciplinar, para explicar, no sólo esa nueva demanda más evolucionada, acorde también con las nuevas tendencias turísticas (en forma de turismo social, turismo terapéutico, turismo ético, cultural, religioso, ecológico, activo...), sino de forma fundamental, para proyectar del lado de la oferta una nueva filosofía de gestión del sector basada en el principio del turismo sostenible.

III. FUNDAMENTOS SOCIO-CULTURALES DEL TURISMO PARA TODOS

La fascinación de la humanidad por el viaje es tan antigua, como lo es su identificación con la noción mítica de paraíso terrenal, que ha ejercido un gran influjo sobre las empresas destinadas al comercio y el descubrimiento.

En la edad media el Atlántico se seguía imaginando como un mar repleto de islas paradisiacas. Los relatos mágicos sobre una base real de familias como Polo, Nicco y Marco, señalaron una clara continuidad, como indica Nisbet (8), entre los viajeros medievales y los exploradores del siglo

XVI (como los Viajes de Hakluyt), entre los que resulta patente la idea de paraíso en la tierra. Siguiendo a Boas (9), y contradiciendo la opinión común, el siglo XII es la gran Era de las leyendas de viajes al paraíso terrenal, en donde, la fuerza de los relatos se basaba parcialmente en la creencia de la existencia real de esos paraísos, pero también debido a que circulaban informaciones, en términos apocalípticos, sobre países maravillosos a los que todo el mundo daba crédito.

Las metáforas utilizadas en los Textos Sagrados y por profetas como Jachim de Fiore, para hablar del paraíso como destino de los justos, hacen pensar en un cielo próximo a través de las notas terrenales de exotismo, luminosidad del paisaje y placer de los sentidos (las alegres comidas en los pastos, bondad del clima, frescura, solaz...). Es decir, encaminando el inconsciente colectivo de la representación terrenal del paraíso a la plasmación de todo cuanto la humanidad anhela, que el hombre antiguo perseguía a través del viaje como descubrimiento, y que el hombre contemporáneo intenta llevar a la práctica por medio de la fórmula del turismo. El turismo de nuestros días responde más a esa conceptualización tradicional de paraíso como recompensa justa del trabajo, exotismo y solaz de los sentidos, que a una vocación pionera.

Tanto es así, que frente a la Sociedad de la Imagen y la popularización de las tecnologías audiovisuales (cine, televisión, vídeo...), algunos estudiosos preconizaron una incidencia negativa de ésta sobre los flujos de viajeros. Entonces se argumentaba, que la mayor capacidad de visualización

y conocimiento que proporcionan la televisión, los sistemas multimedia de información y las telecomunicaciones, afectaría tanto al grado de similitud cultural entre países, como a la utilización del viaje como vía de descubrimiento. Rebatiendo dichos argumentos, la industria turística se ha consolidado como una de las grandes expresiones de la globalización, con cuatro millones de viajeros de negocios diarios a lo largo del planeta, siendo en los últimos cincuenta años el sector, que ha crecido más rápido que el producto interior bruto, según las estimaciones de Geoffrey Lipmann, presidente de la Organización Mundial del Turismo (OMT). (10)

Tampoco deben obviarse las condiciones socio-laborales de las sociedades industrializadas, que resultado del estado del bienestar han posibilitado un desarrollo turístico sostenido (regulación del empleo, vacaciones retribuidas (11), asistencia social y jubilación), generando importantes cambios en las condiciones de vida y trabajo de las poblaciones receptoras; siendo, en última instancia, los gobiernos los principales interesados en la promoción de las Actividades de Naturaleza Turística (ANT) como solución frente a la crisis del pleno empleo y por sus efectos positivos sobre la balanza de pagos.

El turismo desde sus inicios ha sido reflejo de la elevación del nivel de vida, desde las instalaciones de recreo en las civilizaciones clásica y el Grand Tour de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII, como ejemplos de turismo temprano, hasta la actualidad, en donde, los centros emisores coinciden con los países con un mayor

nivel de renta, y que se encuentra íntimamente relacionado con otros tres factores que teóricos como Acerenza, consideran ineludibles en el auge turístico desde los orígenes de las experiencias pre-turísticas en el Imperio Romano, como són: la paz, un adecuado y seguro sistema de comunicaciones, y la existencia de tiempo libre (12).

Ahora bien, si las nuevas formas adoptadas por el turismo de masas (economías a escala, viajes organizados y otros modelos de servicios estandarizados) (13) han posibilitado el acceso a la práctica del turismo a un mayor número de capas sociales, esto no implica una generalización, ni tan siquiera una nivelación de las expectativas de estas sobre la experiencia turística, sino más bien una diversificación de las mismas gracias al gran desarrollo de la oferta, y a la intervención institucional en la demanda.

De una u otra forma el turismo en la actualidad se perfila como un fenómeno en permanente proceso expansivo, a escala tanto cualitativa (especialización y calidad de la oferta y la demanda), como cuantitativa (proliferación de los flujos emisores y centros receptivos). La oferta turística en su sentido más amplio y como expresión cultural de las sociedades avanzadas, pasa a insertarse como parte del acervo cultural de cada individuo, y la experiencia turística en su patrimonio vital y todo ello en consonancia con un nuevo entender la existencia, en la línea que resume un gran poeta español al decir: "*vivir es hacer todo lo contrario a lo que quiere la muerte*", y que desde el ejercicio de vitalismo que supone la experiencia turística podría traducirse en: "*viajar es hacer lo contrario a lo que quiere la enfermedad*".

Desde estas premisas explicativas, que de forma tradicional han anclado la razón de ser del turismo en la recompensa al esfuerzo, como signo de desarrollo económico y en el ejercicio mismo de la vitalidad en contraposición al padecimiento, y por todas estas razones, secundado con la metáfora de paraíso en la tierra; resulta en todo contradictorio (paradójico), que persistan las barreras a su acceso para el conjunto de la población, y para las personas discapacitadas en particular, cuando de hecho ya han desaparecido en el ámbito de la educación y el trabajo.

IV. DISCAPACIDAD Y PRÁCTICA TURÍSTICA

Como ya ha sido puesto de manifiesto, las actividades destinadas a la provisión y adecuación de viajeros sientan sus orígenes en la antigüedad, siendo los griegos los primeros que, dando al ocio un contenido lúdico, no sólo despertaron una afición sin precedentes por el mundo de los viajes (*relatados por escritores helenos como Homero, Herodoto, Jenofonte o Pausanias*), sino que además, desarrollaron auténticas instalaciones y centros de visita y recreo, como gimnasios, termas, teatros, olimpiadas, templos, etc.

La devoción por los viajes y el esparcimiento fue continuada por los romanos, gracias a la "pax romana", un sistema de comunicaciones con mansiones y posadas para el viajero, tiempo libre y rentas adecuadas. Las mansiones y tabernas del antiguo Imperio Romano, sientan las bases de los actuales hoteles y establecimientos de restauración, y en ellos se introducen por

primera vez leyes para controlar los precios y garantizar la calidad de los servicios.

Ambas culturas estimando el carácter saludable y placentero del baño conocieron un gran desarrollo de balnearios y termas, algunos de los cuales han llegado hasta nuestros días. Durante la edad media y el renacimiento, debido a que la iglesia cristiana consideraba la limpieza espiritual como un hecho más relevante que la limpieza corporal, fueron abandonándose los centros de baño, y desarrollándose por el contrario la afición por el viaje santo, como medio de recuperar la salud, tanto espiritual, como física. Una tradición que llega hasta nuestros días, movilizandando cientos de peregrinos hacia centros como Tierra Santa, Santiago, Roma o Canterbury.

En los siglos XVIII y XIX, gracias a la recuperación de la cultura clásica, al consejo de los médicos y al menor riesgo de contagio de enfermedades como la peste o el cólera, se generaliza la costumbre del viaje terapéutico para "tomar aguas" en fuentes medicinales. En este momento la relación entre salud y turismo se constituye en costumbre de clases acomodadas, que viajaban unas semanas al año a los lugares de moda, como Bath en Inglaterra, Vichy en Francia, Baden-Baden en Alemania, Saratoga Springs en Estados Unidos o la Toja en España. Pronto los balnearios se convirtieron en grandes complejos turísticos, que además de aguas termales y cuidados específicos para la salud, ofrecían hoteles de lujo, tiendas, salas de concierto y casinos.

Como reconoce Vogeler (95:20) el descubrimiento en el siglo XX de los baños de

mar como remedio terapéutico, eclipsaría a los balnearios, siendo las playas primero destino de enfermos, y después de aristócratas, alta burguesía, como en el caso de Brighton en Gran Bretaña.

También el origen del turismo de masas, producto de la creación de la primera agencia de viajes organizados por parte de Thomas Cook en 1841, obtuvo su primer impulso por temas relacionados con la salud, gracias al interés del británico en hacer llegar a un congreso antialcohólico un tren alquilado de turistas de Loughborough a Leicester. El viaje organizado democratizó el turismo y las vacaciones en el extranjero dejaron de ser una actividad exclusiva de las clases sociales más ricas ya en el siglo XX.

En (1991), la Organización Mundial del Turismo propone una concepción que se aleja de lo puramente vacacional para afirmar, que turismo son todas aquellas “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”

Es decir, algo más allá del simple hecho del viaje, un lapso de tiempo socialmente conceptualizado como necesario, en el que el turista, sobre todo en el turismo vacacional, compensa las rigideces de la vida productiva en particular y de las carencias de la vida cotidiana en general, con el disfrute de lo que se ha dado en llamar servicios de naturaleza turística. Una turismo compensatorio, valoración propia de los enfoques humanistas con los que con más frecuencia se identifican los usuarios (en entrevistas ac-

tuales y de investigaciones anteriores), y que comprende los distintos procesos de servucción (14) (en el alojamiento, la restauración, el transporte, etc.) como un todo indivisible e irremplazable de la experiencia turística en su conjunto.

Dicho de otra forma, la industria turística nace de la necesidad de servicio con vocación de calidad, que se realiza en la satisfacción del cliente; lo que supone, que cualquier barrera que obstaculice dicho proceso actuará en la lógica de la paradoja, es decir, de forma contradictoria a su finalidad primera, y como tal como agente de retractilidad de los flujos turísticos.

Como puede comprobarse en la delimitación del marco conceptual en el que se inscribe el estudio, se han ido avanzando una serie de paradojas, que van perfilando el carácter de la accesibilidad en el ámbito turístico (entendido como servicio), y del rol turístico, que como tal moviliza de forma sin precedentes a las personas con una capacidad motora y/o sensorial reducida, y discapacita en sí mismo y sin mayores prerrogativas al usuario estandar (que pierde movilidad con el porte de los equipajes y el desconocimiento del entorno y comunicabilidad frente a las variaciones culturales y lingüísticas). Es decir, configurando la accesibilidad como un elemento del medio determinado por las circunstancias, y no por la capacidad del individuo.

Por otra parte, los conceptos destinados a nombrar lo que hoy se prefiere denominar con el término discapacidad, han variado a lo largo de la historia en relación con las diferentes formas de enfocar una misma si-

tuación y de los propios avances de los movimientos a favor de los derechos humanos, pasando, como señala Dejobng (15), por tres etapas: el modelo tradicional, el paradigma de la rehabilitación y finalmente el de la autonomía personal, que transfiere el problema del individuo al entorno y de las decisiones sobre su proceso al propio interesado.

Así puede establecerse un orden evolutivo desde el concepto deficiencia (que hace alusión a una anomalía en una función psicológica, fisiológica o anatómica), la minusvalía (que se refiere a una situación de desventaja de un individuo debido a una deficiencia), y por último, el término de discapacidad, que corresponde a una restricción de la capacidad para realizar un rol social considerado como normal (en razón del sexo, la edad o factores culturales).

De ahí que el concepto de discapacidad y la tendencia a relativizar la restricción sea preferente, por anteponer el hecho de ser persona a las circunstancias. De ahí también, el interés por el estudio de los grados de accesibilidad como una característica de un medio o situación, antes que de una limitación o minusvalía personal. Las dificultades de accesibilidad pueden ser de carácter temporal (como en los casos citados de personas accidentadas, mujeres en estado de gestación, personas mayores), esporádica (personas portando niños, bultos, equipajes, personas distraídas, mareadas, cansadas) o más o menos permanente (invidentes, parapléjicos, pero tam-

turística, de la que a su vez dependerá la calidad, seguridad y sensibilidad de su diseño.

Así, la distribución de un hotel con mensajes claros, reproducidos en soporte acústico y al que le acompaña un acceso amable, garantiza la estancia y ubicación de los huéspedes de forma no traumática y para todos los casos anteriormente citados. Es decir, no sólo para discapacitados permanentes, sino que facilita su disfrute por parte de todos: personas mayores, niños, mujeres, personas obesas, convalecientes, etc.

De nuevo en el terreno de la paradoja en el que inscribimos el estudio, debe reconocerse que el turismo sin embargo, el mundo de los viajes, que por definición atiende a personas desconocedoras, portadoras de bultos, cansadas y en ocasiones despistadas y mareadas por su propio efecto, es uno de los ámbitos en los que mayores dificultades de accesibilidad pueden encontrarse.

No huelga por tanto, hablar de una accesibilidad turística de forma genérica, mientras no se olviden los derechos inalienables de las personas con discapacidad permanente para el ejercicio del rol turístico. Sentando de esta forma las bases para el reconocimiento, de que más allá de la asunción de la función terapéutica del ocio, de los principios de normalización (16) y equiparación de oportunidades (ocio especial como primero se habló de educación especial), se encuentra la reivindicación como la consolidación del crecimiento en la participación de la financiación proporcionada por las cajas de ahorro, que acortan distancias del análisis ejecutivo de las barreras que dificultan su disfrute.

V. FUNDAMENTOS LEGALES DEL DERECHO AL OCIO Y A UN TURISMO PARA TODOS

La **Organización Mundial del Turismo** (OMT) inicia su andadura con la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980), que supuso una gran aportación, por entender el turismo no solamente como un asunto económico, sino como un derecho fundamental y vehículo clave para el desarrollo humano, apoyándose para ello en la Declaración Universal de los derechos Humanos de 1948. Como puede comprobarse en sus artículos 4º, 10º y 15º recoge el primer esbozo del turismo accesible y para todos.

Art. 4. "Es deber de la sociedad crear para el conjunto de los ciudadanos las mejores condiciones prácticas de acceso efectivo y sin discriminación a este tipo de actividad".

Art. 10. "El turismo social es un objetivo que la sociedad debe alcanzar para los ciudadanos menos favorecidos en el ejercicio de su derecho al descanso".

Art. 15. "El turismo de la juventud requiere la atención más activa (...) Se debería conceder la misma atención a las personas de la tercera edad y a los minusválidos".

A partir de esta declaración, la OMT desarrolla diversas acciones para articular el proceso de aplicación de los principios en ella recogidos, que llevaron a la celebración de la Reunión Mundial del Turismo en Acapulco en 1982, con la declaración con el

mismo nombre, que fue aprobada con posterioridad por la ONU.

Sin embargo, en dichas actas no se recoge a los discapacitados como población desfavorecida con respecto a la práctica turística, como tampoco, en la Carta del Turismo, ni en el Código del Turista elaborados en 1985, en los que se reiteran una vez más los principios avanzados en Manila, pero no se señala la accesibilidad como derecho del turista, ni por último, en los diez principios sobre el nuevo turismo que recoge la declaración de la Haya de 1989. (17)

No es hasta el año 1990 cuando la OMT aprueba un documento para la consecución de un turismo accesible, en su Asamblea General, realizada en Buenos Aires. El objeto de las recomendaciones de dicho documento titulado "Para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90" es, que estas sean aplicadas en los Estados a la reglamentación sobre servicios turísticos, apuntando en las mismas los más mínimos, e importantes detalles, sobre accesibilidad turística.

A escala europea, y a la vista de las diversidades regionales, ha sido difícil la promulgación de una legislación homogénea para todos los países miembros, por lo que la comisión ha optado por recomendaciones voluntarias de accesibilidad, que surgen a partir de la creación de las células de coordinación del turismo para todos, en las cuales estuvieron presentes representantes de todos los países miembros, y los directores de la V División General de personas desfavorecidas y de la División General XXIII de turismo. Esta última división se ha encarga-

do de la promoción de la GUIA "Europa Accesible" y de un MANUAL dirigido a los profesionales del turismo.

Del mismo modo son dignas de mención dos acciones a favor del turismo accesible, por un lado, las acontecidas en el marco del Año Europeo del turismo 1990-1991, con determinados proyectos piloto en materia de turismo social; y por el otro, el Plan de Acción Comunitario a favor del turismo, aprobado por el Consejo en Luxemburgo el 13 de julio del 1992, con una vigencia de tres años a partir del 1 de enero de 1993. Por último, para garantizar la coordinación de las acciones a favor del acceso al turismo, la Comisión ha creado un grupo consultivo de expertos nacionales, nombrados por los Estados, con el nombre de "Vida Autónoma-turismo para todos", que se compromete a estudiar e intercambiar, las experiencias técnicas de accesibilidad y buenas prácticas. Este grupo consultivo tendrá como misión contribuir a las orientaciones de las políticas europeas en el sector. Las tres grandes líneas de las cuestiones a tratar en él serán: LA ACCESIBILIDAD, LA INFORMACIÓN Y LA FORMACIÓN.

En cuanto a la legislación española se refiere, el marco normativo se fundamenta en:

- La Constitución Española, y muy especialmente en su artículo 49 en el que habla del derecho a la integración que tienen las personas con discapacidad.
- La Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI) del 13/82 bastante adecuada en lo referente a la supresión de barreras. En ella se hace

mención a la responsabilidad con la que cuentan las Administraciones Públicas, de los planes de urbanismo, y obliga a los Municipios a reservar un porcentaje de presupuesto para la eliminación de barreras. Por otra parte, trata el tema de la denegación del permiso de obra a los proyectos que no estén adaptados y tiene en cuenta el transporte público colectivo.

- La Circular operativa 18/82 de 23 de Julio de la Dirección General de Transporte Aéreo del Ministerio de Transporte Turismo y Comunicaciones, sobre el transporte de pasajeros minusválidos.
- El Real Decreto 1654/1083 de 15 de junio, que establece las normas de clasificación de los establecimientos hoteleros.
- El Real Decreto 556/89 de 19 de mayo que arbitra las medidas mínimas sobre accesibilidad en los edificios.

Partiendo de dicha legislación de ámbito nacional han ido aprobándose en cada una de las Comunidades Autónomas diferentes normativas, también de rango diverso (leyes, decretos, órdenes, resoluciones), distintas denominaciones (accesible, practicable, adaptable, adaptado, convertible, etc.) y parámetros desiguales de accesibilidad, quedando todavía algunas lagunas en la aprobación de reglamentos correspondientes, pero que en cualquier caso son de obligado cumplimiento en obra nueva y remodelada, y en algunas autonomías para la edificaciones existentes después de varios años de adaptación.

VI. EL TURISMO SOCIAL EN ESPAÑA: EFECTOS E IMPLICACIONES

Relacionado con el auge del turismo de masas, surge el turismo social, como un conjunto de servicios y actividades turísticas organizadas para los segmentos de la sociedad en situación de desventaja, definido por Hunziker como “el conjunto de relaciones y fenómenos turísticos resultantes de la participación en él de categorías económicas débiles”.

El turismo social en su modalidad de turismo familiar se desarrolló originalmente en Italia y Alemania en las décadas de los años veinte y treinta, extendiéndose más tarde a Francia, Gran Bretaña y España, en esta última a través del Instituto del tiempo libre de la administración central y de las Comunidades Autónomas. Finalmente, con objeto de promover este tipo de turismo social-familiar a escala mundial, el 7 de junio de 1963 se abre en Bruselas, la Oficina Internacional del Turismo Social (BIT).

La modalidad de Turismo Juvenil, también ha prosperado con servicios como residencias, albergues, refugios, descuentos en transportes, la organización de diversas actividades etc. y de forma más reciente el Turismo Social destinado a la Tercera Edad. Sin embargo, y como es el caso de algunos manuales de turismo, o de determinadas actas de la OMT ya mencionadas, el turismo social destinado a las personas con discapacidad, no encuentra una resonancia acorde con la exigencia de dichas políticas sociales, hallándose en general menos institucionalizado.

En términos globales el turismo social ha jugado un papel muy favorable para el sector y como instrumento de políticas de bienestar e intercambio entre el sector privado y las autoridades públicas en materia financiera. Por un lado, de ninguna otra política social se ha extraído mayores beneficios, ya que todo lo que invierte se recupera vía impuestos (18). Mientras para el sector turístico supone un impacto económico muy beneficioso por mantener el empleo directo e inducido en temporada baja, eliminar el efecto negativo de la estacionalidad, y coadyuvar a una mayor utilización de sus infraestructuras turísticas, lo que mantiene un comportamiento positivo de la productividad. También, este tipo de turismo ha generado tendencias muy positivas en la diversificación de la oferta del sector, con ejemplos como el turismo termal (19), el turismo de ciudad y cultural, etc.

Puede decirse que España ha sido durante la última década un país paradigmático en esta modalidad turística, por la participación de sus ciudadanos e instituciones, y como principal receptor de la demanda internacional de turismo de la tercera edad, que se estima en más del 17% del total (según la European Travel Commission). El programa “Vacaciones de la tercera edad” funciona desde 1985, organizado y financiado parcialmente por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, a través del Instituto Nacional de Migraciones y de Servicios Sociales (IMSERSO). La oferta de plazas a disposición de los usuarios ha ido creciendo paulatinamente desde las 16.000 de la temporada 1985/86 hasta las 360.000 que se pusieron a disposición de los pensionistas en la temporada 1997/98.

Sin embargo, dos salvedades ensombrecen un panorama tan halagüeño: la mayor parte, tanto de la oferta, como de la demanda de vacaciones se centra en el colectivo de la tercera edad, y no en otros colectivos como las personas con algún tipo de discapacidad. Y lo que más interesa, aún siendo España un destino privilegiado por dicho colectivo, considerado en ocasiones de 'movilidad reducida' y con tendencia a padecer diversas discapacidades físicas y psíquicas, no ha prosperado una oferta de infraestructuras y actividades accesibles equivalente a la demanda.

Es en este terreno de las importantes implicaciones socio-económicas que el turismo social aporta al sector, en el que deben contemplarse todas aquellas medidas encaminadas a la promoción de un Turismo para Todos, en tanto, una oferta que aprecie la diversidad del consumidor, contribuirá al mantenimiento de dichos flujos turísticos, en contraposición a otros destinos menos adaptados.

VII. ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

Aunque el concepto de accesibilidad en el contexto del turismo social puede tener otras acepciones, como la posibilidad de un colectivo de acceder en términos económicos a un determinado producto turístico; en general se ha dado en llamar accesibilidad turística a la cualidad de un servicio o una instalación de esta naturaleza, que posibilita su uso y disfrute a cualquier persona con independencia de su capacidad física, sensorial, psíquica o cognitiva.

Partiendo de la perspectiva del Turismo para todos, se ha considerado ampliar la definición con la categoría de capacidad cognitiva, considerando que en el mundo de los viajes las dificultades relacionadas con el desconocimiento del medio, el idioma, la cultura, o el simple acceso, ejercen tantos o más efectos obstaculizadores que cualquier otra disminución perceptiva o motora.

Las barreras del cliente turístico son, por tanto, las relacionadas con la arquitectura, el urbanismo, el transporte y la comunicación, entorno a los cuales giran las necesidades y por tanto, los ámbitos de actuación en los servicios de naturaleza turística (SNT).

VII.1. Ambito de actuación en las agencias de viaje

La accesibilidad en las agencias de viajes comienza en el diseño de los puntos de venta, pasa por la concesión y verificación de la información sobre la accesibilidad en el viaje turístico en su conjunto, y por último, debe llegar a la adaptación de dicha información a las necesidades del cliente que lo solicita, para lo cual conviene conocer y contrastar el estado de los SNT con los diferentes niveles de accesibilidad recomendados por la Unión Europea.

Para examinar los elementos que presentan mayores problemas de accesibilidad en cada momento del viaje habrá de tenerse en cuenta: el nivel de adaptación de las ciudades (teléfonos públicos, aceras, etc.), el alojamiento, la oferta complementaria, el transporte y la información dispensada en los establecimientos, medios de transporte y por el personal de contacto.

1º NIVEL	AMBULANTE	Personas amputadas de una o varias piernas Con insuficiencia cardíaca o respiratoria Mujeres gestantes Personas con cargas pesadas Personas que llevan niños pequeños Convalecientes de intervenciones o enfermedad Hemipléjicos Escayolados en extremidades inferiores Enfermedades que afectan a la movilidad
2º NIVEL	ACCESIBLE CON ACOMPAÑANTE	Tetrapléjicos con parálisis de la parte alta y baja del cuerpo y hemipléjicos con amputación o ancianidad. Imposibilitados de andar Afectados enfermedades con malformaciones Que precisan silla de ruedas con ayuda Los sensoriales, con dificultades visuales y auditivas y que precisan de terceras personas
3º NIVEL	ACCESIBLE	Parapléjicos Accidentados temporales Algunas personas obesas Algunas personas recién operadas En sillas de ruedas sin acompañante
4º NIVEL	ACCESIBLE FÍSICO Y SENSORIAL	Los ciegos, los ambíopes y con dificultad de visión Los sordos, los hipoacúsicos, personas con dificultad de visión, los sordos, los que tienen limitación de sus posibilidades de alcance auditivo y visual

VII.2. Ámbito de actuación en el transporte

La accesibilidad en el transporte urbano en España ha ido mejorando en los últimos años, producto de las medidas encaminadas a proyectar el denominado Diseño Universal de las Ciudades; al igual que, el transporte por carretera, producto de las medidas de instituciones como el Ministerio de Fomento.

La Unión Europea, asimismo, en su Directiva que modifica a la 70/156 del Parla-

mento Europeo, ha incluido diversas normas sobre construcción de autocares incorporando elementos que los hacen más accesibles. Entre dichas medidas se encuentra la de adjudicar los contratos de gestión a las concesiones de líneas regulares, que privilegien aquellas empresas adjudicatarias (20) que incluyan en su pliego de ofertas el equipamiento necesario para garantizar su accesibilidad: mecanismo de elevación automático, anclaje, sistema de emisión acústica conectado con la apertura de puertas para guiar al invidente, pulsador de aviso en las

plazas destinadas a personas discapacitadas, piso antideslizante, acceso a perros-guía, etc.

aéreo, siguiendo a Del Valle (1999:44), a cuatro ámbitos concretos: las estaciones, el tránsito, la señalización y las tarifas.

Las actuaciones precisas afectan, tanto para el transporte por carretera como en el

ESTACIONES	Accesos, vestíbulos, salas de espera y embarque y aseos Teléfonos públicos insonorizados, a menor altura, teléfono de texto y videoteléfono Mostradores de atención al público con sistema de amplificación magnética, interpretes de lenguas gestuales, y accesibles para sillas Mobiliario, ámbitos de restauración y comercio con elementos de comunicación entre las estaciones y los andenes
TRÁNSITO	Escaleras y rampas fijas y mecánicas, tapices y rampas rodantes, ascensores, plataformas, pasillos, puertas y vías de evacuación.
SEÑALIZACIÓN	Implantación discapacitados visuales de sistemas de radiofrecuencia, infrarrojos o ultrasonidos capaces de transmitir la información que se encuentra en los paneles informativos a un sintetizador que lea los contenidos en voz alta. Para discapacitados auditivos se proponen paneles de avisos y en los mostradores personal conocedor del lenguaje gestual. Para personas extranjeras, personal en los mostradores con conocimiento de idiomas Sistema CIBERBUS en los autocares con tecnología GPS, que indiquen sonora y textualmente el nombre de las poblaciones por las que se vayan pasando
TARIFAS	Inclusión de regímenes de tarifas especiales para minusválidos y ancianos

VII.3. **Ámbito de actuación en el alojamiento**

Los servicios de alojamiento se prestan a la idea de que la eliminación de barreras resulta en sus establecimientos más onerosa, que entraña mayores dificultades y que despierta un mayor número de reticencias. Sin embargo, en ningún otro servicio la eliminación de barreras refuerza tanto la imagen, la calidad y la acogida del cliente, den donde, la accesibilidad como característica no sólo del medio, sino además de la actitud del personal de contacto, no se agota en la

aplicación de unas medidas. Ahora bien, contribuye a su implantación el reconocimiento de unos estándares ineludibles:

- **En Zonas Comunes:**

- Plazas para vehículos adaptados, correctamente señalizadas tanto en el pavimento como con la señal vertical correspondiente, en zonas cercanas al establecimiento, sin bordillos o escalones, y con un ancho de 3,70 m para facilitar el embarque y desembarque con una silla de ruedas.

- Accesos sin barreras, con rampas de obra o portátiles inferiores al 8% y de ascensores que comuniquen el parking o garaje con la recepción y las habitaciones, y que sea tan digna como la entrada general.
 - Rampas y escaleras con pasamanos, y puertas con tiradores a unos 90 cm del suelo.
 - El mostrador ha de estar adaptado para las distintas alturas de los clientes, y preferentemente con espacios a varias alturas.
 - La información y los folletos habrán de estar en distintos idiomas y en letra grande.
 - La alfombra o moqueta debe estar bien fijada al suelo y sin que sobresalgan los bordes.
 - Los pasillos, para que sean accesibles, contarán con una anchura mínima libre de obstáculos de 1 metro que deberá ampliarse a 1,50 metros en los lugares donde las sillas deban girar, como al entrar en la habitación.
 - Conviene incluir sillas de descanso si los pasillos son muy largos para personas gruesas, mayores o con poca resistencia; y por el contrario evitar toda clase de adornos que puedan suponer un obstáculo.
 - Los ascensores deben incorporar sistemas de voz, botoneras en braille y cabina alta para sillas de ruedas. Además deberán contar con botoneras de aviso a 1 metro de altura, un espacio frontal de 1,5 metros como mínimo y una apertura como mínimo de 80 cm. Los botones interiores estarán a 1,40 m los más altos y a 90 cm los más bajos. Sus números serán en altoparlante o braille. La señal de parada será visual y acústica.
 - Conviene colocar bandas de color llamativas que capten la atención entre los escalones.
 - En conjunto las zonas comunes serán sencillas, sin exceso de mobiliario. Los sillones no deben ser demasiado mullidos, ni bajos.
- **En el departamento de Pisos:**
- Eliminación de obstáculos y peligros que pueden entorpecer el tránsito de personas con deficiencias de visión, despietadas, con movilidad restringida: zonas acristaladas, mobiliario sobresaliente o inadecuado, etc.
 - Las habitaciones contarán con planos de situación para los invidentes de los servicios, entradas y salidas.
 - Las puertas de las habitaciones tienen que tener un ancho mayor de 95 cm (como mínimo) y deben abrir hacia fuera.
 - La distribución de los diferentes elementos en servicios higiénicos que permitan un espacio de 150° para el giro de las sillas de ruedas.

- Acceso lateral al inodoro, bidé, bañera y ducha debe contar con un espacio mínimo de 75 cms y acceso frontal al lavabo que se hallará a una altura de 80 cm, dejando debajo un espacio libre inferior de 68 cm, y con los grifos a menos de 45 cm de profundidad.
- Espejos accesibles para todas las diferentes alturas (borde inferior a 90 cm del suelo y superior a 190 cm), y el resto de complementos a un metro del suelo.
- El sistema de barras abatibles que ayudan a las personas con problemas de movilidad a incorporarse, debe estar disponible en el inodoro y en la bañera, y en esta última se puede complementar con una banqueta fija al fondo mediante ventosas que permite un baño seguro.
- Avisadores visuales para la alarma del teléfono para discapacitados auditivos y dispositivos telefónicos que permitan realizar una comunicación mediante escritura.

• **En los Servicios complementarios:**

- Conviene, que las mismas pautas de accesibilidad se hagan extensibles al resto de recintos anexos al hotel como la piscina, el restaurante, la discoteca, las carpas, las tiendas, etc.
- Las salas de actividades formativas e informativas serán accesibles y contarán con medios audiovisuales, información escrita e intérprete del lengua-

je de signos. También se contará con zonas para niños con un mobiliario adecuado.

• **En general:**

- Información y cartas de menú en braille.
- Admisión de perros-guía
- Atención por parte del personal a los discapacitados que viajan solos e información sobre las condiciones de accesibilidad de los servicios a todos ellos.
- Las personas empleadas deberán estar cualificadas para atender a todo tipo de personas: con alguna discapacidad, ancianos, mujeres, niños, para lo cual deberán tener información suficiente sobre las necesidades de cada uno de ellos, y del uso de las ayudas técnicas necesarias como cochecitos eléctricos, grúa para bañistas, rampas móviles, sillas para niños, etc.

VII.4. Ámbito de actuación en bares y restaurantes

La accesibilidad en bares y restaurante pasa por la adaptación de las barras de servicio, que han de tener, al menos dos alturas, una entre 107 y 114 cm, y otra entre 76 y 86 cm, con taburetes que puedan desplazarse y dos medidas de ancho para tener en cuenta a las personas obesas, mujeres gestantes, etc.

Las mesas no deben tener obstáculos a menos de 68 cm del suelo y sus patas se situarán en las esquinas, o en centro si son redondas. Las de forma rectangular tendrán una anchura mínima de 76 cm por comensal.

Los autoservicios deberán permitir el acceso de ambulantes, contando con un mostrador de 135 cm de altura como máximo, 50 de ancho y el pasillo con 86 cm de ancho.

La carta será fácilmente legible, en letras grandes, en varios idiomas y braille. Por último, los servicios higiénicos cumplirán los requisitos de adaptación ya mencionados en el caso del alojamiento, huyendo de los espacios estrechos que impidan su utilización, tanto a personas obesas, embarazadas o en silla de ruedas.

VIII. LA RENTABILIDAD EN LA ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

Como ya sabido una de las características estructurales de los servicios de naturaleza turística es el comportamiento diferencial de la productividad; entendiendo como tal la relación existente entre la producción final y los factores productivos (capital y trabajo) utilizados en la elaboración de bienes y servicios. Esto es debido a que por un lado, dicha industria utiliza la mano de obra de forma intensiva, y del otro, porque exige de una alta inversión de capital fijo que cubra el precio de sus instalaciones, comparable en ocasiones a la industria pesada. Dicho esto parece comprensible, que cualquier gasto añadido en los factores de producción sea percibido con reticencia por los profesionales del sector, máxime, cuando, como en el

caso de las medidas encaminadas a propiciar la accesibilidad.

No obstante, debe plantearse una reflexión más profunda sobre el problema, ya que en este debate algunas investigaciones recientes arrojan resultados muy contrarios a la opinión común, quedando en entredicho el tópico del alto coste de la eliminación de barreras, hasta poder afirmar que la accesibilidad turística es rentable.

En primer lugar, la implantación de una accesibilidad destinada a las personas de movilidad reducida supone ampliar el mercado potencial y los periodos de temporada alta de un servicio turístico de forma considerable. Sólo en la Unión Europea las personas con algún tipo de discapacidad, representan alrededor de 37 millones de afectados. Cifra a la que habría que añadir, todos aquellos que por una u otra causa tienen movilidad reducida en un momento dado, con lo que se sobrepasarían sin dificultad los 50 millones de europeos. Y todo ello sin considerar el cambio demográfico que nos encamina a una sociedad con un peso económico y social de la Tercera Edad cada vez mayor (21).

En este marco de las importantes implicaciones socio-económicas que el turismo social aporta al sector, ya mencionadas, es en el que deben contemplarse todas aquellas medidas encaminadas a la promoción de un Turismo para Todos, en tanto, una oferta que aprecie la naturaleza del cliente, contribuirá al mantenimiento de dichos flujos turísticos, en contraposición a otros destinos menos adaptados.

En segundo lugar, la accesibilidad física y comunicativa es una propiedad de las infraestructuras turísticas, gracias a la cual, todo tipo de personas pueden utilizar y ser clientes potenciales de las mismas, pero que en general favorece la amabilidad de los SNT para todos los usuarios. Esto quiere decir que al margen de su valor social, o de forma paralela, existe un beneficio concreto que puede ser calculado, convirtiendo la accesibilidad en una inversión en calidad mas que en una carga para el empresario.

En la revalorización que se produce en los SNT accesibles, puede diferenciarse, por un lado su valor de uso, referido a comodidad y seguridad de los clientes y mayor categoría para el establecimiento; un valor de opción, ya que todos envejecemos o somos susceptibles de sufrir un accidente (clientes, empleados, propietarios) la accesibilidad de las instalaciones es un valor en sí mismo como opción futura (por ejemplo en la compra de un apartamento); y por último, el valor de cambio, a la hora de vender un hotel, unos apartamentos, la accesibilidad es un valor en alza que afecta a su precio final, y que según algunos estudios (ver Alonso 1999) (22) se refleja en un valor del 12,5 % superior en el mercado.

Teniendo en cuenta que según múltiples estudios a los que hace referencia el especialista F. Alonso, el incremento del coste de viviendas accesibles no suele superar el 5% del coste total; podemos con el autor, mantener la máxima (1999: 362) de que es un mito que no se sostiene considerar que la accesibilidad es cara. Si bien, en efecto, la transformación de estructuras ya existentes

puede resultar más onerosa, sin llegar con ello a la eficiencia y bajo coste de las concebidas originariamente para el uso de todo tipo de personas.

Por último, la realidad de una demanda creciente de turistas de movilidad reducida, con mayor poder adquisitivo y disposición al viaje, frente a la opacidad informativa sobre las condiciones de accesibilidad de los SNT, han propiciado que comiencen a desarrollarse como experiencia empresarial y con resultados muy positivos, las agencias de “viajes sin barreras”.

IX. AVANCES EN ESPAÑA EN TURISMO ACCESIBLE

La accesibilidad de los servicios turísticos en España presenta diferentes grados de implantación, relacionadas con el subsector turístico al que hagamos referencia, el tipo de establecimiento o el ámbito geográfico de estudio.

En materia de transporte aéreo, la OACI (Organización de Aviación Civil Internacional) a través del Convenio sobre Aviación Civil, refrendado y aceptado por casi todos los países del mundo, y en su Anexo 9 o de Facilitación, se refiere a los pasajeros con discapacidades en una sola norma, la 6.1.1, que recoge que: “Los Estados contratados tomarán las medidas necesarias para asegurar que las instalaciones y servicios se adaptan a las necesidades de las personas de edad avanzada y de las físicamente incapacitadas”, que a su vez es completada por seis recomendaciones complementarias, y ampliada en 1995 con una nueva sección G titulada

“Facilitación del Transporte de los Pasajeros que requieren Asistencia Especial”.

En cuanto a las instalaciones, ACI ha creado su propio documento de orientación titulado “Los aeropuertos y las personas incapacitadas”, que sirven junto a las normas locales para el mejor diseño de los edificios terminales. Puede decirse por tanto, que la amplia legislación garantiza la accesibilidad del transporte aéreo, aunque no, dos aspectos como son, la formación del personal de contacto, y una mayor agilidad en el embarque/desembarque cuando se produce la coincidencia de varios pasajeros con movilidad reducida.

En el transporte por carretera hay que destacar el papel del Consejo Estatal de Representantes de Minusválidos (CERMI), en conjunción con el Ministerio de Fomento y a través de los Grupos de Trabajo, encargados de analizar la evolución de los planes en materia de accesibilidad e integración. El CERMI en su último informe considera el balance español todavía insuficiente para las personas de capacidad reducida, aunque no especialmente para las usuarias de sillas de ruedas, por tratarse las terminales de edificios funcionales y abiertos. Salvo algunas excepciones, se detecta que sólo en las de nueva construcción se han tenido en cuenta los factores de accesibilidad, por lo que se plantea la necesidad de un mayor número de autobuses en servicios regulares, información sonora y textual, y personal conocedor de lenguas de señales o gestuales en los servicios de información de las estaciones.

El alojamiento es el subservicio turístico que presenta una mayor heterogeneidad en cuanto a sus condiciones de acceso, tanto desde el punto de vista geográfico, como en lo referente a las condiciones particulares de cada establecimiento. Diversidad que ha obligado a las personas con necesidades especiales a buscar sus propias fuentes de información, o a viajar, salvo excepción de los viajes organizados de forma específica por agencias y asociaciones, en compañía de familiares, afectando la citada opacidad informativa a una alta dependencia de estos usuarios en su rol turístico.

En lo concerniente a la hotelería la información editada, no distingue entre hoteles accesibles (en sus entradas) y adaptados en su conjunto, y en muchos casos el distintivo de hotel accesible hace alusión tan sólo a las entradas para personas de movilidad reducida. Aún así, la proporción de hoteles accesibles sigue siendo baja en comparación con otros países de nuestro entorno económico y geográfico.

Los campings sin embargo, aluden con su distintivo a la adaptación de sus servicios a personas de movilidad reducida, lo que en la mayor parte de las ocasiones presupone la accesibilidad de entradas para este colectivo, pero no para discapacitados sensoriales, ni en lo concerniente a la oferta complementaria de los recintos, como tiendas, piscinas, restaurante, etc.

**DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA ACCESIBILIDAD
EN LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO
(Hotelería, Campamentos y Casas Rurales)**

Comunidad	Total hoteles	hoteles accesibles	% de accesibil.	CAMPINGS	camp. adaptados	% acce.	Casas Rurales	Accesibles	%
Andalucía	1.206	345	28,6%	217	61	28%	192	15	
Almería	97	28		22	7				
Cádiz	193	57		37	15				
Córdoba	86	32		8	33				
Granada	231	52		29	14				
Huelva	74	21		54	7				
Jaén	96	29		26	6				
Málaga	282	82		33	9				
Sevilla	147	44		8	0	9%	337	0	
Aragón	401	56	14%	74	7				
Huesca	201	23		54	7				
Teruel	88	9		9	0				
Zaragoza	112	24		11	0				
Asturias	407	67	16,46%	57	10	17%	65	3	
Baleares	1049	257	24,49	11	2	18%	46	0	
Canarias	218	91	41,74%	3	0		0	35	1
Las Palmas	89	37		2	0				
Tenerife	129	54		1	0				
Cantabria	258	65	25%	53	12	22%	33	4	
Castill-León	808	123	15,22%	102	23		22%	44	1
Avila	80	11		16	3				
Burgos	99	22		14	1				
León	166	24		26	6				
Palencia	55	9		5	1				
Salamanca	130	20		16	3				
Segovia	75	10		4	2				
Soria	61	10		10	4				
Valladolid	69	7		4	1				
Zamora	73	10		7	2				

Paradojas en el paraíso: La accesibilidad de los servicios de naturaleza turística en España.

Comunidad	Total hoteles	hoteles accesibles	% de accesibil.	CAMPINGS	camp. adaptados	% acce.	Casas Rurales	Accesibles	%
Castilla-L.M.	512	106	20,7%	40	8	20%	40	5	
Albacete	69	19		5	2				
Ciudad Real	91	17		3	0				
Cuenca	80	10		8	2				
Guadalajara	44	13		1	0				
Salamanca	130	20		16	3				
Toledo	98	27		7	1				
Cataluña	1.462	310	21,20%	367	25	6,8%	149	1	
Barcelona	527	169	32,07%	73	7				
Gerona	524	72		150	9				
Lérida	200	24		64	2				
Tarragona	211	45		80	7				
C. Valencia.	583	144	24,7%	137	33	24%	27	2	
Alicante	278	75		43	16				
Castellón	148	30		57	9				
Valencia	157	39		37	8				
Extremadura	190	40	21%	26	10	38%	25	1	
Badajoz	133	25		4	1				
Cáceres	57	15		22	9				
Galicia	931	112	12,03%	104	16	15%	161	6	
Coruña	288	25		47	4				
Lugo	128	20		11	1				
Orense	111	7		5	2				
Pontevedra	404	60		41	9				
Madrid	570	67	11,75%	24	14	58%	18	1	
Murcia	137	43	31,38%	18	6	33%	78	0	
Navarra	146	22	16,06%	22	14	63%	205	2	
País Vasco	233	53	22,74%	21	6	28%	155	26	
Álava	51	16		2	1				
Guipúzcoa	111	22		13	4				
Vizcaya	71	15		6	1				
La Rioja	55	15	27,27%	9	2	22%	37	0	
Ceuta/	5	3	60%	—	—				
Melilla	9	1	11,11%	—	—				
Total	10.383	1920	18,5%	1.282	249	20%	1647	68	4,12%

Elaboración propia a partir de las guías oficiales.

En conjunto, si en el análisis llevado a cabo en la Guía de Viajes para Minusválidos editada por el PAÍS-AGUILAR en 1992, menos del 5% de los hoteles en España habían eliminado las barreras arquitectónicas, las cifras que arrojan la presente investigación y que datan del año 1999, el 18,5% de los hoteles españoles se publicitaban como hoteles accesibles, el 20% de los campamentos disfrutaban de servicios adaptados y el 4,12% de la nueva oferta de Casas Rurales ya contaba con acceso sin barreras. Es decir, se produce un avance firme aunque lento en la eliminación de barreras.

Destaca la adaptación y accesibilidad para discapacitados físicos y sensoriales, de las Cadenas Hoteleras Internacionales (Marriott, Holiday Inn, Hilton, Best Western, Novotel, etc.), así como, las de restauración rápida de origen norteamericano. En cuanto a la hotelería española, la Red de Paradores, es una de las cadenas que más interés ha mostrado en cualificar al personal para la atención de personas con necesidades especiales, acondicionando paulatinamente edificios que por su antigüedad planteaban una mayor problemática.

Por comunidades autónomas, es significativo el esfuerzo de regiones eminentemente turísticas como Canarias con un 42% de accesibilidad en la hotelería, la Comunidad de Murcia con un 31% y Andalucía con un 28%. O ejemplos de accesibilidad urbana como el de la ciudad de Barcelona, con un 32% de accesibilidad en su hotelería, una buena proporción de hoteles adaptados, transportes e instalaciones deportivas, como producto del esfuerzo realizado du-

rante la XXV Olimpiada y los IX Juegos Paraolímpicos del año 1992.

Dichos juegos paraolímpicos, que dieron cabida a cerca de 5.000 personas con alguna discapacidad, y de las cuales 3.000 utilizaban inexcusablemente silla de ruedas, evidenciaron la asociación positiva que existe entre el mundo de los viajes y el ocio de las personas con discapacidad y la normalización de otros aspectos de la vida cotidiana de estos colectivos. La principal virtud de este tipo de convocatorias es la aceleración de las medidas correctivas, ya que en general, y como describe el arquitecto de Vía Libre, Pedro López, "las remodelaciones se acometen de forma muy lenta y en muchas ocasiones el reclamo de un hotel accesible encierra más un gesto que una transformación integral".

Las dificultades sobre las que más han puesto su énfasis las personas entrevistadas se han centrado en la no admisión de perros guías en los hoteles ("cuando dices que llevas perro guía, rápidamente te contestan que no quedan habitaciones" comentaba un trabajador de la ONCE), la ausencia de cartas en braille (a excepción de las grandes cadenas de comida rápida), falta de paciencia del personal de contacto (por ejemplo los camareros para leer el menú), dificultades a la hora de atravesar los pasillos de los selfservice en las personas con sillas de ruedas o de adaptación para invidentes de los bufés para que puedan elegir el menú. En términos generales, se ha subrayado la gran dicotomía entre establecimientos, unos con personal de contacto con una alta predisposición a la atención personalizada, frente a un bagaje negativo en el conjunto de SNT con experiencias cotidianas negativas.

Las buenas intenciones del personal de contacto son definidas por los afectados como un elemento facilitador pero no suficiente, prefiriendo en su lugar una cualificación en la atención a personas con necesidades especiales de los profesionales, muy poco extendida en el sector.

X. CONCLUSIONES

Ha quedado suficientemente explícita la refutación de la hipótesis inicial que considera la que la accesibilidad turística afecta a la calidad, capacidad, rentabilidad y sostenibilidad del producto turístico español. Así mismo, la premisa de que, la accesibilidad turística es aquella que debe realizarse como extensión de la función de facilitación que entraña la industria de los viajes, y que consiste en posibilitar su uso y disfrute a cualquier persona con independencia de su capacidad física, sensorial, psíquica o cognitiva

No obstante, dicha función facilitadora, no ha sido del todo observada, en el caso español, como resultado de un modelo determinado de desarrollo turístico, en el que la demanda turística superaba la oferta y la formación de la mano de obra se ha realizado en el puesto de trabajo. La población nacional y foránea afluía sin dificultad con el interés del producto simple de sol y playa, y los servicios eran diseñados para ese cliente estandar (familia europea de nivel adquisitivo medio-bajo), salvando limitaciones como la improvisación y la menor calidad del servicio, gracias a unos precios más competitivos.

En la actualidad el incremento de la oferta interna y externa ha producido cambios importantes en los mercados y la estructura de los SNT, que no sólo exigen un mayor esfuerzo en la venta, sino sobre todo de adecuación a las distintas necesidades de los usuarios. Ya no es el cliente el que se acerca a los establecimientos, sino que son estos los que deben ir en busca de ese cliente más exigente, en un mercado altamente competitivo y al que le corresponde una mayor equiparación de los precios con los mercados emisores.

En este contexto las organizaciones empresariales y los planes institucionales (como el FUTURES entre otros) han pivotado en torno a dos conceptos, la diferenciación de la oferta (que diversifique la demanda única de turismo de sol y playa) frente a la mayor segmentación de los mercados, y la sostenibilidad del producto turístico español incidiendo en la calidad por medio de nuevas normas sectoriales y el compromiso expreso de incrementar la inversión en formación profesional.

Aunque el carácter reciente de estos planes impide constatar las repercusiones inmediatas sobre el tema que nos ocupa (la accesibilidad en su dimensión material, informativa y formativa) cabe esperar que reviertan, al igual que en otros sectores, en la transición desde los modelos fordistas centrados en la automatización y el diseño de servicios para un cliente tipo, a otros, que impongan una racionalidad en sistema y menos rigideces sobre el trabajo y el ocio humano.

El contenido posfordistas de dichos planteamientos, de especialización flexible,

atención diferenciada y nuevo interés por el contacto personalizado en función de las distintas necesidades de los clientes, que han incidido en otros sectores económicos con anterioridad, auguran en sí mismos una mayor aceptación de los principios del Turismo para Todos en el sector.

Para su realización es preciso insistir en el concepto de turismo accesible y amable para el conjunto de los usuarios, y no tan sólo desde el punto de vista de los derechos cívicos de ciertos colectivos, sino desde la óptica más efectiva de la lógica del mercado, que demanda unos servicios más evolucionados, que superen las rigideces de la servucción estandarizada, como máxima de rentabilidad, capacidad, calidad y sostenibilidad sectorial. En resumen, rompiendo las paradojas que surgen de toda situación en la que debe existir facilitación, recreación lúdica, turismo, y por el contrario, se alzan las barreras.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDE (1988): "Actividades deportivas y de ocio para minusválidos psíquicos" / Dirigido por Fernando Martín Vicente y Francisco Martín Sánchez. Asociación Española de Deportes, Ocio y Tiempo Libre para Minusválidos Psíquicos. Madrid.
- APELBAUM, P.(1994): "Des voyages extraordinaires qui ne laissent rien au hasard" En: Espaces: Revue Technique du Tourisme et des Loisirs. Paris: Editions Touristiques Europeennes, n. 130 ; p. 28-31.
- BAURA ORTEGA, J. (1997): "Accesibilidad y movilidad". En: Minusval. [Madrid]: Instituto Nacional de Servicios Sociales, n. 108; p. 12-13.
- CAMPITUR (1994): "Instalaciones sanitarias especiales para minusválidos en los campings", En: Campitur, Revista Profesional de Camping y Ocio al Aire Libre. Madrid: United Publicaciones. - nº 22 ; p. 61-62: il.
- CLAUDE, V. (1994): "Une Information mieux ciblée pour des touristes moins handicapés" En: Espaces: Revue Technique du Tourisme et des Loisirs. Paris: Editions Touristiques Europeennes, n. 130, p. 23-24.
- DEQUIDT, S.(1999): " L'Essentiel est de bien informer le visiteur en amont". En: Espaces: Revue Mensuelle du Tourisme, des Loisirs, de la Culture et de l'Environnement. Paris: SARL ETE. — (1999), n. 161 ; p. 23-25.
- DUCHER, I. (1999): "La Creuse se bat pour la liberté d'accéder partout". En: Espaces, Revue Mensuelle du Tourisme, des Loisirs, de la Culture et de l'Environnement. Paris: SARL ETE, n. 161; p. 18-21.
- FERNANDEZ MARCOS, A. (1959): "Concepto del turismo social". En: Piel de España: Revista Técnica de Turismo. Madrid: Asociación Española de Escritores de Turismo, n. 29 ; p. 16-17.
- FERNANDEZ MARCOS, A. (1986): "Aspectos sociales del turismo contemporáneo". En: Medina-celi, Revista de los Informadores Turísticos. Madrid: Asociación Profesional de Informadores Turísticos, n. 22 ; p. 76-78.
- FLANSBERRY, L. (1999): "Agitation of persons with Alzheimer's disease during respite recreational programming. En: World Leisure & Recreation. — Okagan Falls, Canada: World Leisure and Recreation Association. — Vol. 41, n. 2 ; p. 35-39
- FOURQUIER, F. (1994): " Faciliter les acces pour une meilleure integration". En: Espaces: Revue Technique du Tourisme et des Loisirs. Paris: Editions Touristiques Europeennes, n. 130, p. 32-34
- GAGNEUX, M.(1999): " Faciliter la rencontre entre les touristes handicapés et les professionnels!" En: Espaces: Revue Mensuelle du Tourisme, des Loisirs, de la Culture et de l'Environnement. Paris: SARL ETE. (1999), n. 161 ; p. 16-17
- GILBERT, CLAUDE (1999): "Les Musées ouvrent leurs portes á tous les publics". En: Espaces: Revue Mensuelle du Tourisme, des Loisirs, de la Culture et de l'Environnement. Paris: SARL ETE, n. 161 ; p. 26-29

GONZÁLEZ INGELMO, M. (1997): "Ciudad sin barreras ciudad acogedora". En: Minusval. — [Madrid]: Instituto Nacional de Servicios Sociales, n. 108 ; p. 16-17.

GREGOIRE, I. (1992): "Handicapes et touristes". En: L'Echo Touristique: l'Hebdomadaire des Professionnels du Tourisme. Levallois-Perret, France: Groupe LSA., n. 2157; p. 20-25.

GRUNEWALD, L.A., GRINFELD, S. (1992): Información y publicidad turística para minusválidos: accesibilidad al medio físico. Buenos Aires: Asociación Mutual Sociedad Central de Arquitectos, Secretaria de Barreras Arquitectónicas y Urbanísticas y del Transporte.

GUMIEL BARRAGAN, J. (1997): "Ciudades del futuro". En: Minusval. [Madrid]: Instituto Nacional de Servicios Sociales. (1997), n. 108; p. 22-23.

americans with disabilities act". En: The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. Ithaca, New York: Cornell University, School of Hotel Administration. Vol. 34, n. 5 ; p. 19-22.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1992): Para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90. Madrid: OMT. SIGNATURA: CP-139-I

REUSEN, A.K. VAN (1997): "The Americans with disabilities act and methods to provide reasonable accommodations when hiring or training disabled persons for the lodging industry En: Journal of Hospitality & Tourism Education. Washington, DC: Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education. Vol. 9, n. 3 ; p. 55-57

ROLDAN, C. (1996): "Barreras arquitectónicas en el ámbito turístico". En: Infotur: Información Turística, n. 10; p. 10-11.

dores de que toda experiencia de
de ser álgidos e incluso de las barreras que
dificultan su disfrute.

consumi
que
" todos nos beneficiamos de un aumento de la
accesibilidad en los servicios de naturaleza

(19) Como en el caso de la Asociación Española de Apoyo a la Poliomeilitis (ALPE) para financiar estudios, o impulsando nuevos destinos.

(20) Como la que cubre los trayectos de Irún a Algeciras y Badajoz a Murcia.

(21) Datos extraídos de las actas "Marketing del Turismo para todos. Acciones que se llevan a cabo

en Europa en apoyo de la DG XXIII", del Congreso Internacional de Turismo para Todos.

(22) "La accesibilidad en la vivienda como valor social" En: Hacia una nueva concepción de la discapacidad.