



Septiembre 2019 - ISSN: 2254-7630

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES DEL TURISMO EN AMBIENTE DE SOSTENIBILIDAD

Freddy Ajila Zaquinaula

(Ing. Informático .MSc.)

Arisdorgan Diéguez Almaguer

(Lic. en Educación .MSc.)

Hilter Farley Figueroa Saavedra

(Ing. en Agronomía .MSc.)

Universidad / Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Extensión Norte Amazónica de la República del Ecuador

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Freddy Ajila Zaquinaula, Arisdorgan Diéguez Almaguer y Hilter Farley Figueroa Saavedra (2019): "Propuesta metodológica para la formación de profesionales del turismo en ambiente de sostenibilidad", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (septiembre 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/09/formacion-profesionales-turismo.html>

Abstract

The article deals with the Sustainable Tourism and, the consequences of the Unsustainable Tourism to the communities where it is developed, about the need of the cultural and educative development of the people to get a harmonic integration of all actors that are involved in this process. Underline as fundamental way to achieve the necessary and superior social conscience, the values formation, for that analyzes the different definitions of this category and determine ways to follow to form the necessities values in the society, analyzes the role of the "ICT" in development of the tourism as economic activity, and suggest a possible solution. Give a methodologic treatment for in the teaching – learning process of the subject "ICT" of the Tourism career help to the formation of competent professionals committed with a sustainable tourism and with human development.

Keywords: Sustainable tourism. Values formation. Tourism and culture. Tourism and education. Community tourism. Community work.

Resumen

El artículo trata sobre la Turismo Sostenible y, las consecuencias del turismo no sostenible para las comunidades donde este se desarrolla, de la necesidad del desarrollo cultural y educativo de la

población para lograr la integración armónica de todos los actores que intervienen en el proceso. Señala como vía fundamental para lograr la necesaria conciencia social superior, la formación en valores, para ello, analiza las diferentes definiciones de esta categoría y determina vías a seguir para formar los valores requeridos en la sociedad, analiza el papel de las TIC en el desarrollo del turismo como actividad económica para proponer una posible vía de solución. Realiza una propuesta metodológica para a través del proceso de enseñanza – aprendizaje de la asignatura TIC en la carrera de “Turismo” contribuir a la formación de profesionales completamente comprometidos con la sostenibilidad de esta actividad y con el desarrollo humano.

Palabras clave: Turismo sostenible, Formación en valores, Turismo y cultura, Turismo y educación, Turismo comunitario. Trabajo comunitario.

Introducción

La actividad turística actualmente se ha convertido en una esfera económica muy importante para los países en vías de desarrollo, en función de explotar sus características históricos - culturales y sus bellezas naturales; no solo por ser generadora de grandes fuentes de ingresos y, por ello dinamizadora de otros sectores de la economía al incrementar sustancialmente los niveles de consumo y la demanda efectiva de las naciones; sino también, por su gran influencia en el enriquecimiento cultural y la integración social de comunidades que al mantener y cultivar sus raíces autóctonas, sus identidades, pueden convertir estas en no solo fuente de orgullo y satisfacción social, también en un importante medio de vida, pero, las consecuencias del turismo para las diferentes naciones y comunidades que las practican son factores a tomar en cuenta en su proceso de explotación.

Los datos acerca de dichas consecuencias son aparentemente contradictorios. Por una parte, tenemos claras repercusiones positivas: creación de empleo, incremento de ingresos económicos, disminución de migraciones por falta de trabajo, mejora del nivel cultural de la población local y apertura a costumbres más libres, intercambios culturales en ambos sentidos, de modos de vida, sensibilización de turistas y población local hacia el medio ambiente, etc. Por otra parte, se dan también consecuencias negativas, tan importantes como las anteriores: incremento en el consumo de suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de la producción de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, introducción de especies exóticas de animales y plantas, inducción de flujos de población hacia poblaciones turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc. Vilches (2014).

Lo expresado anteriormente evidencia la necesidad de lograr que las actividades turísticas se ejecuten en armonía con el entorno natural y con las tradiciones culturales, de las diferentes

regiones de los países receptores, que en vez de destruir las condiciones originarias que los hacen atractivos, las conserven y enriquezcan; de lo contrario las consecuencias serían nefastas, o sea, actuar consecuentemente para garantizar la sostenibilidad.

Desarrollo.

1- Sostenibilidad de la actividad turística.

El turismo sustentable es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad. El turismo sustentable en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local. Virgolio (2017).

Según la Organización Mundial del Turismo, los principios que definen el turismo sustentable son:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

El turismo sostenible según la (Unión Mundial para la Naturaleza, 1996) es, la modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar atractivos naturales (y cualquier manifestación cultural, del presente y del pasado) a través de un proceso que promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y cultural, y propicia una participación activa y socio-económicamente benéfica para las poblaciones locales.

A diferencia el turismo convencional, tiene una única meta, los beneficios económicos, no se ocupa del ambiente y la comunidad debido a esto puede destruir rápidamente los ecosistemas donde se desarrolla, está orientado hacia el turista y la satisfacción de sus deseos, generalmente está controlado por entidades externas a la comunidad por ello la conservación y desarrollo comunitario no son sus prioridades. Esta modalidad de turismo es destructora de las condiciones que le dan origen y de las que depende, por lo que como tendencia desaparecen con el tiempo.

Los residentes locales se ven afectados por el turismo, se afectan sus estilos de vida, sus tradiciones, culturas y hasta sus formas de sustentos, deben lidiar con el turismo muchas veces en contra de sus voluntades, por esto aparecen diferentes reacciones ante tal intromisión, algunos no

quieren ningún tipo de relación con los turistas, mientras que otros se sienten profundamente motivados por las nuevas posibilidades de empleo, en ninguno de los casos están preparados para enfrentar los nuevos retos, máxime cuando deben competir con grandes empresas plenamente establecidas en el ramo que tienden a desplazarlos de los lugares donde antes desarrollaban sus actividades de supervivencia, por ello este proceso debe ocurrir de manera armónica e inclusiva; de manera sostenible.

El turismo sostenible potencia la interacción económica y cultural como ninguna otra actividad a nivel mundial, permite al turista conocer áreas naturales, comunidades locales y sus culturas, desde este punto de vista puede desempeñar un importante rol educativo y formativo de una conciencia conservacionista e integracionista a nivel internacional, pero no debe permitirse que este proceso ocurra de manera espontánea, sin una planificación e intencionalidad dirigida al logro de los cambios económicos y sociales que el mundo reclama, por ello no puede limitarse solo a calcular beneficios económicos, debe centrarse además, en como cambiarán las comunidades como consecuencia del turismo, en como preparálas para que se desenvuelvan eficientemente, en como lograr que las localidades autóctonas comprendan que sus raíces culturales y su folklore constituyen manifestaciones muy importantes y logren sentir orgullo por lo que realmente son y, de este modo se asegure la conservación de los mismos de manera natural.

Resulta imprescindible en el logro de este objetivo, el alcance de una cultura y una educación superior, que no solo se enfoque en suministrar conocimientos y desarrollar habilidades; sino, en formar individuos que amen la naturaleza y a sus semejantes, que amen sus raíces y al mismo tiempo capaces de enseñar a amarlas, o sea es necesaria una educación fomentada en la formación de valores.

1.1- Turismo sostenible, cultura y educación.

La industria turística necesita recursos humanos plenamente capacitados, con la particularidad que los productos que comercializa están socializados como los de ninguna otra actividad económica, se comercia, cultura, tradiciones e historia nacional y local, entre otras ofertas y, estos solo puede ofrecerlos quien los posee, no basta con que esté preparado una parte de la sociedad, los que van a trabajar directamente en el turismo, se necesita una influencia educacional profunda sobre toda la sociedad, una educación contextualizada a las condiciones concretas de cada localidad y fundamentada bajo el principio que educar es preparar para la vida, una educación que no se quede en el plano instructivo, sino capaz de penetrar en la esencia más profunda del ser humano, formar convicciones y modificar conductas, o sea formar en valores.

Fabelo (2003) señala: por valor, generalmente se entiende, la capacidad que poseen determinados objetos y fenómenos de la realidad objetiva de satisfacer alguna necesidad humana, es decir, la

determinación social de estos objetos y fenómenos, consiste en su función de servir a la actividad práctica del hombre.

Entonces desde el punto de vista filosófico, se entiende los valores como una compleja formación de la personalidad, contenida no solo en la estructura cognitiva, sino fundamentalmente en los profundos procesos de la vida social, cultural y en la concepción del mundo por parte del hombre, estrechamente relacionados con la consciencia social y en dependencia del tipo de sociedad en la que se desarrolla el individuo.

Desde el punto de vista de esta concepción es necesario entender esta categoría desde tres planos de análisis.

- El sistema objetivo de valores (vistos como parte constitutiva de la propia realidad y de la significación social que le atribuye el sujeto que valora).
- Los valores subjetivos o de la consciencia (Forma en que la significación social es reflejada en la consciencia individual).
- Sistemas de valores institucionalizados (evidencian el modo de organización y funcionamiento de la sociedad en la que el sujeto se desarrolla).

La formación en valores inicialmente descansa en el conocimiento de la realidad, obtenido por vía de la instrucción, pero no debe quedar aquí, debe penetrar en ámbito de los sentimientos para formar una personalidad superior.

El Diccionario filosófico explica que los valores no reflejan solo determinada realidad, no solo constituyen un saber acerca de algo, sino que, además, orienta la actividad de los hombres, es decir tienen un carácter práctico.

El Diccionario Enciclopédico Grijalbo, define los valores como una cualidad de las cosas por la que estas son deseables o indeseables.

Al analizar estas definiciones puede parecer que valores y significación social se refieren al mismo concepto. Claramente aquello que es valioso es significativo, pero no toda significación social constituye un valor, por esto se entiende, la formación de aquella que desempeña una función más en el desarrollo de la sociedad y, por tanto, está relacionada directa o indirectamente con el progreso social. Se considera que la definición expresada por el Diccionario Filosófico es suficientemente abarcadora en cuanto a valores se refiere, puesto que emite una valoración exhaustiva, tanto negativa como positiva de la personalidad.

Partiendo de la definición filosófica de valores, la consciencia social depende del ser social en última instancia: dígame, ideas, conceptos, normas, principios, constituyen valores de la personalidad y por ende de la sociedad en las distintas esferas de esta, esto nos lleva a reflexionar

que las actitudes y convicciones requeridas a nivel social para el desarrollo de un turismo sostenible, se pueden favorecer mediante actividades dirigidas a convertirlas en norma ético – moral. Actividades que deben estar acorde a las características de los diferentes grupos de edades y culturales de la sociedad, además dichas actividades deben estar dirigidas a los turistas también y explotar las potencialidades educativas de esta actividad. O sea, se trata de crear, potenciar el desarrollo del ser social adecuado que, en última instancia, conducirá a la consciencia social esperada.

Estas actividades deben darse en un marco que cumpla un conjunto de condiciones positivas, entre las que se encuentran:

- Tomar en consideración, las necesidades, aspiraciones e intereses de a quién van dirigidas.
- Respetar la dignidad de todos los participantes.
- Establecer relaciones con una adecuada comunicación.
- Promover la creatividad y el protagonismo directo de los participantes.

El trabajo a realizar debe ser sistémico e involucrar todos los actores económicos, culturales y educativos de la sociedad, para que coordinen esfuerzos en la consecución de este fin supremo, las instituciones gubernamentales deben ser las que rectoren el trabajo y aglutinen los demás participantes, las escuelas por ser centros de conocimiento pedagógico, deben desempeñarse como asesoras metodológicas, pero no sin antes realizar un análisis interno profundo para determinar si en el proceso de enseñanza aprendizaje, se están realizando los intentos requeridos, para que el acto de enseñar no quede solo en lo instructivo y gane en intencionalidad educativa, para que cuando se enseñe conocimientos y habilidades, también el proceso tenga la carga emotiva necesaria para tocar la sensibilidad más profunda del ser humano, se trata de analizar y explotar las potencialidades educativas, las potencialidades para la formación en valores de los contenidos de las diferentes asignaturas.

Los valores se transmiten, pero no necesariamente por la vía oral, por el discurso. El valor se transmite (...), en ser un modelo para quién interactúe con usted. González (1990).

Se evidencia claramente el papel del ejemplo en la formación en valores. “el ejemplo crea virtudes”, considérese en esto el ejemplo personal, pero también el ejemplo y la actuación institucional, no se puede formar en amor a la naturaleza, en respeto a la diversidad étnica y cultural, por citar algunos ejemplos, cuando como regla general e intencionada, se destruye la naturaleza, se practica la discriminación racial o cultural, la política nacional y regional debe estar dirigida a la integración y el reconocimiento mutuo.

Muchos especialistas y estudiosos de la categoría valor consideran que, estos constituyen una guía general de conducta, son el resultado de la experiencia individual y de su realización personal, dándole un sentido a la vida y propicia su calidad, por ello la formación en valores constituye el camino acertado para el logro de los grandes cambios sociales y el desarrollo humano. También pueden ser definidos como determinaciones espirituales que designan la significación positiva de las cosas, hechos, fenómenos, relaciones y sujetos, para un individuo, un grupo, clase social o sociedad en su conjunto.

El proceso de enseñanza aprendizaje desarrollado en las instituciones educativas, debido a que posee un nivel de organización ya establecido, reúne todas las condiciones necesarias para convertirse en el punto de partida de las transformaciones sociales esperadas para el logro del turismo sostenible.

1.2 – Proceso de enseñanza aprendizaje y la formación en valores.

Es común definir el proceso de enseñanza-aprendizaje como el procedimiento mediante el cual se transmiten y adquieren conocimientos especiales o generales sobre una materia, desde este punto de vista no se presta atención al rol educativo de dicho proceso, no se aprovechan todas las potencialidades del trabajo docente para formar consciencia y sentimientos acorde a las necesidades sociales, o sea no se tiene en cuenta que al mismo tiempo que se enseñan conocimiento también se debe formar en valores.

La educación en valores durante el proceso de enseñanza – aprendizaje se puede llevar a cabo a través de las siguientes formas, las cuales se agrupan dentro del enfoque tradicional o el enfoque innovador.

Enfoque tradicional

Los contenidos actitudinales, comprenden las actitudes, valores y normas y, figuran en todos los bloques de contenidos en que aparecen estructuradas las áreas curriculares con el propósito de que se programen y desarrollen conjuntamente con la enseñanza de los contenidos conceptuales y procedimentales. Parra (2003). En esta modalidad resulta importante que se considere la formación en valores durante el proceso de elaboración del currículo que regirá el trabajo docente en los diferentes niveles de enseñanza.

Los temas transversales, llamados así porque cortan el currículum escolar en sus diferentes ámbitos de conocimiento, se configuran en forma de contenidos temáticos de carácter interdisciplinar de gran significación social y cuyo aprendizaje se considera imprescindible para la formación integral de los ciudadanos. Son la educación moral y cívica, la educación para la paz, la educación para la salud, la educación para la igualdad entre los sexos, la educación ambiental, la

educación sexual, la educación del consumidor y la educación vial. Parra (2003). Aquí resulta importante la creatividad del maestro para decidir que valores formar y mediante que actividades, aunque es mucho más provechoso planificar de manera conjunta y coordinada los objetivos y procedimientos para el logro de mejores resultados.

El trabajo educativo para la formación en valores está regido por los diferentes enfoques que se asuman en materia educativa.

Enfoque tradicional: Bajo la denominación común de enfoque tradicional se recogen una serie de estrategias de educación en valores cuyos supuestos teóricos han sido formulados por la teoría conductista (estrategias basadas en refuerzos positivos o negativos), la teoría del aprendizaje social (aprendizaje a través de la imitación de modelos) y la teoría de la comunicación (comunicación persuasiva). Parra (2003). Este enfoque parte del supuesto de la existencia de valores objetivos que son aceptados por todos, los que pueden ser formados a través de la enseñanza y adquiridos mediante la ejercitación y el hábito. Estos métodos siempre han estado presentes en la educación, entre los más destacados se encuentran.

La instrucción. La enseñanza moral por medio de la lírica, la prosa o el teatro en forma de vida ejemplar de los grandes héroes de la mitología clásica o de los grandes personajes históricos, estuvo siempre presente como método de enseñanza para la transmisión de valores a la juventud en la Grecia y en la Roma clásicas. Justamente el calificativo de "didáctico" aplicado a estos géneros literarios venía a testimoniar su carácter moralizante. Las fábulas y los apólogos medievales persistieron en ese propósito de moralizar las costumbres de la época. Parra (2003).

Los reforzadores positivos o negativos. Los refuerzos positivos, como los premios y alabanzas son utilizados con la intención de que se produzca la respuesta deseada, es decir, promuevan dicha conducta. Los refuerzos negativos, como los castigos y la censura pretenden disminuir la frecuencia de la conducta no deseada. Parra (2003). Tanto la familia como la escuela han utilizado ampliamente estos refuerzos para garantizar el respeto a las normas sociales, o sea para cambiar actitudes existentes y hacer aparecer otras deseadas.

El aprendizaje a través de la imitación de modelos. Se produce por la tendencia de los individuos a reproducir las acciones, actitudes o respuestas emocionales que presentan distintos modelos reales o simbólicos. Sarabia (1992).

El hombre aprende a través de la interacción social con sus semejantes por imitación de actitudes y comportamiento de las personas que le son significativas, como padres, maestros y compañeros, de aquí el rol tan importante que desempeña el ejemplo personal en la formación de valores, no se trata de decir al estudiante cual debe ser su actuar ante diferentes situaciones, se trata de predicar con el ejemplo, no puede formar en valores quien no posee dichos valores.

La comunicación persuasiva. La teoría de la comunicación persuasiva parte del supuesto según el cual la formación y cambio de opinión y de actitud son procesos de aprendizaje en los que la comunicación persuasiva logra inducir a otras personas a aceptar una opinión y a actuar

consecuentemente con ella. Fruto del cambio de opinión surge la nueva actitud frente a tal objeto o situación sobre el que se ha dado el cambio. Parra (2003).

Las actitudes están ligadas, pues, a las creencias u opiniones que se forma el sujeto sobre la realidad, de tal manera que el cambio de opinión, debida a nuevas informaciones recibidas por comunicación persuasiva, hace cambiar las creencias y las actitudes. Llopis y Ballester (2001).

Rodríguez (1989) distingue cinco tipos de comunicación persuasiva:

- 1) Situación de sugestión, en la que el mensaje se repite sin argumentos de por qué o para qué.
- 2) Situación de presión a la conformidad ante figuras de autoridad.
- 3) Discusiones de grupo.
- 4) Mensajes persuasivos.
- 5) Adoctrinamiento intensivo.

De las cinco clasificaciones anteriores solo la discusión de grupos y los mensajes persuasivos son considerados educativos. Las principales limitaciones del enfoque tradicional radican en; imponer al estudiante un esquema de valores carente de significación para él, por no tomar en consideración sus aspiraciones y sentimientos, centra más la atención en los resultados del proceso educativo que en los métodos para alcanzarlos, incapacidad para implicar en el proceso de valoración a toda la personalidad del sujeto, tanto sus instancias cognitivas, como afectivas, como comportamentales, inculca valores universales y absolutos de aquí que, niega el carácter histórico - social de los valores y su subjetivismo, no se centra en procesos de convencimiento y razonamiento por parte del alumno, rige fundamentalmente a través de la imposición.

Enfoque innovador.

Como una alternativa a los modelos tradicionales se destacan las estrategias que se agrupan bajo el enfoque innovador, estas comparten como rasgo común el estar fundamentadas a través del constructivismo como base del proceso de enseñanza – aprendizaje y del trabajo educativo, parte de la no existencia de valores universales y absolutos, sino que considera los valores totalmente relativos y una construcción individual.

Entre sus métodos más conocidos se destacan los siguientes:

El enfoque de clarificación de valores: El propósito de este modelo es ayudar a los alumnos a identificar sus propios valores y a cobrar conciencia de ellos, compartirlos con los demás y actuar de acuerdo con sus propias elecciones. Según los autores de esta teoría resulta antiético inculcar a los alumnos un sistema de valores rígido y predeterminado, por lo que hay que considerar sus preferencias personales, provocar la reflexión sobre ellas y que los alumnos asuman la responsabilidad respecto a sus propias elecciones.

Según los seguidores de este método, el proceso de formación de valores consta de tres momentos: la selección, la estimación y la actuación, cada uno de los cuales plantea unas determinadas condiciones. Rath (1967).

1) Selección

- a) hecha con libertad
- b) entre varias alternativas
- c) tras considerar las consecuencias de cada alternativa.

2) Estimación

- a) apreciar la selección y ser feliz con ella,
- b) estar dispuesto a afirmarla públicamente.

3) Actuación

- a) actuar de acuerdo con nuestra selección,
- b) aplicarla repetidamente en nuestra vida.

Otro de los métodos del enfoque innovador es, el **modelo de desarrollo moral** de L. Kohlberg (1966) tiene su fundamentación en la teoría cognitivo-evolutiva sobre el desarrollo moral en el niño de J. Piaget (1932). El desarrollo del juicio moral tiene lugar a través de la interacción dinámica entre el organismo y el contexto sociocultural en el que vive la persona, favoreciéndose un proceso que lleva al sujeto desde la heteronomía a la autonomía moral. Parra (2003).

Dicho proceso consta de tres niveles: el preconvencional, el convencional y el posconvencional y un total de seis etapas que se corresponden con la infancia, la preadolescencia y la primera adolescencia, respectivamente. Los niveles y etapas de desarrollo moral son los siguientes:

Nivel 1 preconvencional

Etapas 1: Moralidad heterónoma (Obediencia a las normas y reglas impuestas por los adultos)

Etapas 2: Individualismo (Orientación hacia la satisfacción de las necesidades principales del sí mismo)

Nivel 2 Convencional

Etapas 3: Reciprocidad de expectativas personales (Conformidad a las imágenes estereotipadas de buena conducta a fin de evitar la desaprobación de los demás)

Etapas 4: Aceptación del sistema social y conciencia de ello (Orientación hacia la "ley y el orden" y hacia las reglas fijas establecidas por la autoridad)

Nivel 3 Posconvencional

Etapas 5: Contrato social y reconocimiento de los derechos humanos (Conciencia del relativismo de los valores y conformidad con las normas en las cuales conviene toda la sociedad)

Etapas 6: Interiorización de los principios éticos universales (Orientación hacia los valores como la justicia, la igualdad de los derechos humanos, respecto por la dignidad del individuo).

Dentro de esta clasificación también se encuentra el, **modelo de aprendizaje activo** que, parte del supuesto de que los valores se forman a partir del proceso interactivo que tiene lugar entre la persona y la sociedad. En efecto, los valores son influidos por la sociedad, se estimula al individuo a convertirse en un agente efectivo dentro de ella, se trata de dar a los individuos oportunidades para que ejerzan sus valores a nivel individual y social, para ello se sitúa al educando en situaciones concretas en las que ha de tomar decisiones y actuar acorde a sus valores.

El modelo de aprendizaje activo se presenta como una estrategia circular formada por seis etapas. Parra (2003).

Etapas 1: Tomar conciencia de un problema o cuestión.

Etapas 2: Comprender el problema o la cuestión. Recabar y analizar información y tomar una actitud personal de valor sobre la cuestión.

Etapas 3: Decidir si se debe actuar o no. Aclarar nuestros propios valores y tomar decisiones respecto a la participación personal.

Etapas 4: Planear estrategias y medidas de acción: Discusiones rápidas, organizar medidas de acción posible, proporcionar habilidades, practicar y ensayar previamente.

Etapas 5: Implantar las estrategias y tomar medidas por sí mismo o con un grupo.

Etapas 6: Reflexionar sobre las acciones que se pueden emprender.

Debido tanto a las características psicológicas, desarrollo intelectual de los estudiantes, así como a los objetivos que se persiguen en la formación de profesionales del turismo, el modelo de aprendizaje activo, constituye el método apropiado para el desarrollo de una propuesta metodológica que favorezca la formación en valores de los estudiantes de la Carrera de Turismo, para el desarrollo del sector turístico de manera sostenible.

2- Propuesta metodológica basada en las TIC para la formación en valores en estudiantes de Turismo.

Contar con la información adecuada en el momento preciso es sumamente importante para cualquier esfera económica, en el caso del turismo esto se exagera debido a características intrínsecas que este posee como son: su heterogeneidad, intangibilidad y carácter perecedero, esto incrementado por el contexto internacional de que forma parte. La industria turística se encuentra sometida a grandes cambios que afectan a la dinámica de su negocio. De ahí la necesidad de disponer de información lo más exacta posible para mejorar la gestión del servicio, optimizar los recursos disponibles como para tomar decisiones que conlleven el menor riesgo posible, y a su vez ayude en el desarrollo de estrategias encaminadas a obtener ventajas frente a la competencia.

Sobre el valor de la información en el sector turístico, veamos la argumentación expuesta por Valles (1999) donde establece dos factores que hacen que la industria turística sea especialmente atractiva para el desarrollo de las TIC:

1- El turismo es una actividad de ámbito interterritorial que promociona y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente que las contrata. Ante tal situación, existe la necesidad que la información sea rápida, fiable y segura y que a su vez permita la promoción y comercialización de dichos productos entre puntos tan dispares como son el lugar donde se encuentra el que lo ofrece y el que lo demanda.

2- La industria turística forma parte del sector que enlaza ocio y entretenimiento, con lo cual necesita herramientas de presentación y promoción, basadas en imágenes y medios audiovisuales que resulten atractivos a los posibles consumidores.

Son muchas las ventajas que aportan las TIC a la eficiencia económica del sector turísticos, entre ellas se destacan.

- Acceso y difusión de gran cantidad de información de forma ininterrumpida los 365 días del año y las 24 horas del día.
- Mayor participación por parte de los clientes o posibles clientes y su interconexión con los servicios, es decir, el cliente a través de la web puede encontrar toda la información que necesita, así como contribuir a la mejora del servicio prestado por parte de las empresas al cliente (personalizándolo).
- Reducción de costes en intermediarios al poder ser distribuidos los productos directamente al cliente a través de la web.
- Modificación de las líneas de marketing a través de las cuales se pretende acceder al posible cliente. Se tiende hacia un marketing digital mucho más dinámico y atractivo al cliente en el que el precio del producto no es el todo.
- El uso de Internet como medio en las campañas de marketing, permite la adaptación de manera inmediata a los gustos del cliente, y a su vez es la vía a través de la cual se consigue llegar a mayor número de clientes potenciales.
- Ampliación de posibilidades a ofrecer a los clientes a la hora de la contratación de los servicios turísticos: webs propias, webs asociadas con otros operadores, conexiones con redes sociales etc.

Las anteriores ventajas son ampliamente utilizadas, dirigidas fundamentalmente a al incremento del beneficio económico y, en una ínfima proporción la formación en valores y hacer la actividad turística sostenible, por ello resulta necesario que, en el proceso de enseñanza – aprendizaje de la asignatura TIC de la carrera de Turismo, realizar una labor educativa encaminada a la formación en valores de los futuros profesionales.

La asignatura TIC tiene dentro de los objetivos instructivos, el desarrollo de habilidades en el manejo del ordenador, se trabajan contenidos tales como: sistema operativo Windows, Microsoft Word, Microsoft Access, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Edición de audio y videos entre otras.

Si el proceso de enseñanza - aprendizaje solo se concentra en la consecución de los objetivos instructivos, se desperdician las potencialidades educativas del mismo, se trata de dar cumplimiento de manera efectiva a las seis etapas del modelo de aprendizaje activo.

Etapas 1: Tomar conciencia de un problema o cuestión, se debe destacar las principales situaciones o problemas que afectan la sostenibilidad del turismo en el contexto más próximos al estudiantado, problemas ambientales, desaparición de especies endémicas de plantas y animales; desaparición de manifestaciones culturales y folclóricas que pueden ser atractivos turísticos e identidad para los pueblos autóctonos, desplazamiento de las poblaciones originarias de los sitios y actividades tradicionales que garantizan su subsistencia. Esto se logra mediante la resolución de problemas y ejercicios donde se aborden dichos problemas.

En esta etapa resulta importante la coordinación del trabajo docente entre los profesores de las diferentes asignaturas que reciben los estudiantes y, definir estrategias de trabajo.

En la etapa 2, se debe estimular la discusión e intercambio de opinión entre estudiantes y docentes para de este modo asegurar la comprensión de la problemática, esta discusión debe ser participativa, bajo el supuesto del respeto a la opinión ajena y la tolerancia.

En la etapa 3, se debe determinar con que valores no se cumple en la situación concreta objeto de estudio, hacer un análisis en primera persona para determinar si se poseen esos valores y, cual sería el propio actuar en situación similar.

En la etapa 4, se analizan y plantean estrategias a seguir para influir positivamente sobre el problema en cuestión.

En la etapa 5, se implementan las estrategias y se toman las acciones personales o en grupo, aquí es importante que se discutan las acciones y estrategias actuales, o sea, que pueden hacer actualmente en su condición de estudiantes y ciudadanos y, que podrían hacer si ya estuviera ejerciendo como profesionales del turismo.

En la etapa 6, se promueve la reflexión y valoración de las estrategias, se muestran aciertos, errores y posibles acciones correctivas.

A continuación, se procede a explicar de manera detallada una actividad a desarrollar en la asignatura "TIC aplicadas al turismo", vinculando esta con la asignatura "Ornitología del Ecuador".

En el ejercicio se solicita al estudiante, la construcción de una base de datos de Microsoft Access, donde se muestren las principales aves del parque turístico Yasuní enclavado en la amazonía ecuatoriana, dicha base de datos debe contar con una tabla para mostrar las aves que constituyen atractivo turístico, su nombre común, nombre científico, clasificación, situación actual, condiciones que afectan su conservación; campos donde se almacenen, imagen y sonido de dichas aves,

medidas educativas a desarrollar tanto con turistas como con la comunidad para conservar dichas especies.

Otra actividad se realiza a través de la crítica a productos informativos relacionados con la actividad turística, se destacan los aspectos positivos y negativos, centrándose en potencialidad educativa de los productos informativos, se pide a los estudiantes que destaquen que eliminarían del producto y que incluirían además de fundamentar su elección, o sea el propósito es mostrar como al mismo tiempo que se promociona un servicio con intereses económicos, se puede influir sobre la sociedad para lograr que este servicio perdure y se convierta en un motor del desarrollo económico y social de las comunidades.

Desde el punto de vista de las actividades de vinculación de la universidad con la comunidad, se deben desarrollar proyectos que permitan a los estudiantes la interacción con la comunidad, realizar estudios e investigaciones para conocer la realidad concreta, determinar aciertos y desaciertos y desarrollar sus propias estrategias para el logro de la sostenibilidad del turismo.

Conclusiones.

El turismo, es una esfera económica decisiva para el logro del desarrollo económico y humano de los países en vía de desarrollo, pero depende como muy pocos renglones económicos del desarrollo educativo y cultural de las comunidades donde se desarrolla, así como de los recursos naturales, sin estos, aquel tiende a desaparecer, dichos recursos están cada día en mayor riesgo de desaparición, por lo que resulta extremadamente necesario conservarlos, el logro de este objetivo solo es posible mediante una labor educativa sistemática y consciente, que permita crear convicciones en todos los actores sociales y económicos, por lo tanto, en el presente trabajo solo se pretende contribuir a este objetivo a través de la labor universitaria y su vinculación con la sociedad. Solo perdura lo que se ha arraigado en el alma de los pueblos, cambiemos almas positivamente y lograremos la armonía necesaria para conservar la vida.

Referencias bibliográficas.

Almenar, R., Bono, E. y García, E. (1998). *La sostenibilidad del desarrollo: El caso valenciano*. Valencia: Fundación Bancaixa.

Alonso, C. Gallego, D. y Honey, P. *Cuestionario de estilos de Aprendizaje*. Instituto de Ciencias de la Educación. ICE. Universidad de Deusto [Documento en línea]. Disponible: <http://ice.deusto.es/guia/test0.html>.

- Álvarez, I. y Fuentes, H. (2003). *Didáctica del proceso de formación de los profesionales asistido por las tecnologías de la información y las comunicaciones*. Santiago de Cuba, Cuba:
- Barajas, M. (2003). *La tecnología educativa en la enseñanza superior. Entornos virtuales de aprendizaje*. Madrid: MacGraw Hill.
- Fabelo, J. R (2003). *Los valores y sus desafíos actuales*. La Habana: Editorial José Martí
- González, F. (1990). *Motivación moral en adolescentes y jóvenes*. La Habana. Editorial Científico Técnico.
- Llopis, J.A. Y Ballester, R. (2001). *Valores y actitudes en la educación. Teorías y estrategias educativas*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Miroglio, M (2017). Turismo sostenible. <https://manuelmiroglio.com/turismo-sustentable/>
- Parra, J (2003) *La Educación en valores y su práctica en el aula*. Universidad Complutense de Madrid.
- Piaget, J (1983) *El criterio moral en el niño*. Barcelona: Fontanela.
- Quintana Cabanas, J. M. (1992)"Educación en valores y diseño curricular". En L.O.G.S.E. *Perfiles para una nueva educación*. ICE de la Universidad de Granada.
- Quintana Cabanas,J.M.(1998) *Pedagogía Axiológica .La educación ante los valores*. Madrid:Dykinson.
- Raths,L.E. Harmin,M.y Simon,S.B.(1967) *El sentido de los valores y la enseñanza. Cómo emplear los valores en el salón de clase*. México. UTEHA.
- Sarabia,B.(1992)"*El aprendizaje y la enseñanza de las actitudes*". En Coll, C.; Pozo, J.I. Madrid: Santillana.
- Valles, D. (1999). *Las tecnologías de la información y el turismo*. Dialnet. ISSN 0423-5037, Nº. 142, 1999.
- Vilches, A., Gil Pérez, D., Toscano, J.C. y Macías, O. (2014). «*Turismo sostenible*» [artículo en línea]. OEI. ISBN 978-84-7666-213-7. <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=10>