



Vol 2, N° 6 (noviembre/novembro 2009)

APUNTES SOBRE LA CIENCIA DEL TURISMO

Dr.C. Jorge Ramón González Ferrer; Lic. Anaís Laffita Riverón

Centro de Estudios Turísticos. Universidad de Holguín.
Ave. XX Aniversario. Piedra Blanca. GP: 57. Holguín. Cuba.
E-mail: jrgf@faceii.uho.edu.cu , anaislaffita@yahoo.com.mx

RESUMEN

En este trabajo se pretende apuntar algunos de los elementos de la ciencia del turismo como pautas de su desarrollo, además de ofrecer ejes para la transformación de su estado actual, que constituya un pie forzado para establecer forum de discusión sobre la ciencia del turismo. Se parte de establecer los períodos de la evolución del turismo y su ciencia, para reconocer las tendencias que se necesitan superar para la construcción de la ciencia del turismo, planteándose los siguientes miradas para la transformación de la ciencia del turismo: **mirar desde** la complejidad de su objeto de estudio, **mirar como** fenómeno social, **mirar hacia** la construcción del un corpus teórico-metodológico coherente y **mirar para** conllevar a su construcción participativa. La necesidad de un abordaje científico del fenómeno turístico conlleva a la reflexión sobre el camino andado y el camino que se debe andar.

Palabras claves: Turismo, Ciencia, Complejidad, Epistemología

ABSTRACT

In this work it is sought to aim some of the elements of the science of the tourism like rules of their development, besides offering axes for the transformation of their current state that constitutes a forced foot to establish discussion forum on the science of the tourism. He/she leaves of establishing the periods of the evolution of the tourism and their science, to recognize the tendencies that are needed to overcome for the construction of the science of the tourism, thinking about the following looks for the transformation of the science of the tourism: to **look from** the complexity of their study object, to **look as** social phenomenon, to **look at** the construction of the ago a coherent theoretical-methodological corpus and to **look to** bear to their construction participative. The necessity of a scientific boarding of the tourist phenomenon bears to the reflection on the walked road and the road that it should be walked.

Key words: Tourism, Science, Complexity, Epistemology

...un viaje de miles de millas empieza con un simple paso...
Proverbio Chino

INTRODUCCIÓN

Cualquier acercamiento al turismo requiere comenzar por examinar que se concibe por “turismo”, encontrándose numerosas aproximaciones conceptuales que no proveen una sistematización del conocimiento. No existe duda de la juventud del fenómeno turístico a escala global, como también se reconoce que es el fenómeno social más importante de esta época, que ofrece la posibilidad de convivir, compartir y conocer las poblaciones locales de los más disímiles lugares de la “aldea global” en que se ha convertido nuestro planeta.

Además, el turismo, desde la geografía es espacialmente concentrado, no todas las regiones son turísticas. Desde la ecología, la presión humana sobre los ecosistemas deriva en consecuencias no siempre satisfactorias. Desde la cultura, que podemos mostrar de auténtico, pero cómo el intercambio con los visitantes puede impactar en las culturas locales. Desde la antropología, las propias relaciones entre los visitantes y los locales inciden en los imaginarios sociales de esas personas. Solo esos ejemplos nos muestran la multitud de disciplinas que pueden ofrecer alguna perspectiva al turismo como ciencia.

Así, la necesidad de un abordaje científico del fenómeno turístico conlleva a la reflexión de un campo de estudio multidisciplinario y requiere modelos de interpretación, evaluación y planificación para analizar el tipo de prácticas sociales y generar conocimiento sobre la puesta en valor de un lugar, la fuerte relación entre los actores sociales de pertenencia, las imágenes que se construyen y los usos del territorio. Implica considerar a lo teórico simplemente como ensayos interpretativos explícitos o implícitos que problematizan la realidad desde distintas perspectivas (Cammarata, 2006).

Este trabajo pretende apuntar algunos de los elementos de la ciencia del turismo como pautas de su desarrollo, además de ofrecer ejes para la transformación de su estado actual. Ojala sirva de pie forzado para establecer forum de discusión en nuestras Universidades, Escuelas de Formación Turística (FORMATUR), Empresas Turísticas, Administración Pública, entre otros que tribute a que cada cual aporte su grano de arena al gran edificio que debe ser la ciencia del turismo.

EL TURISMO Y SU CIENCIA

Frechtling (2002), concluye que la principal contradicción en el turismo está en que la actividad turística y su importancia como actividad económica han crecido mucho más rápido que su ciencia. Así, el turismo como objeto de estudio ha transitado desde una actividad subvalorada -en sus inicios- hasta instalarse en la estructura de la sociedad. Por otra parte, se reconoce que el turismo puede ser comparado metafóricamente con un trípode: un negocio, una industria y una ciencia en proceso de construcción y fortalecimiento.

Si atendemos a los trabajos de Urry (1990) y Donaire (1998) se puede considerar la siguiente periodización de la evolución del turismo y su ciencia:

- (a) los primeros pasos del turismo fordista o de masas, que coincide con una tímida aproximación científica al turismo, entre la década de los 40 y la década de los 60.
- (b) la consolidación del turismo fordista, y la institucionalización de los estudios turísticos, entre la década de los 60 y los 80
- (c) la superposición entre los modelos fordista y postfordista, en una visión transdisciplinar del turismo, situación actual.

En un inicio la concepción del turismo era de una actividad **productiva**, donde una parte del tiempo libre implicaba un desplazamiento -con un tiempo de duración- y una estancia -en un espacio concreto-, malentendiendo como una actividad inútil. Siendo poco atractiva para los teóricos, con aportaciones muy puntuales, con una escasa repercusión en la comunidad científica y con una nula interacción entre las principales aportaciones.

Al entrar en los años 40 del Siglo XX, los investigadores empiezan a interesarse un poco más, dado el crecimiento acelerado de los flujos turísticos, concibiendo al turismo como una actividad de **consumo**, viéndose como un gran mercado a satisfacer con marcado carácter economicista. Ya en los años sesenta, se hace referencia a los impactos del turismo en su triple lectura: económicos, territoriales y culturales, así se consolida una nueva interpretación que, en algunos casos, puede considerarse complementaria a la anterior y, en algunos otros, llega a ser un planteamiento diferente (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2004).

Influencias que aun presentes en las concepciones del turismo, sea por la concepciones heredadas centradas en la apreciación objetiva de lo demandado por el turista desde un enfoque económico-mecanicista, o las nuevas formulaciones que no plantean un claro rompimiento con esa, obviando elementos esenciales en la comprensión del complejo fenómeno que es el turismo. Resultando una diversidad de conceptos escasamente definidos no siempre consistentes ante la crítica científica, provocando confusión e indeterminación conceptual, tal y como afirman autores como Frechtling (2002) y Albino (2004). Lo anterior conlleva a un inacabado e impreciso cuerpo conceptual del turismo con las consecuencias directas e indirectas en el desempeño de los actores turísticos debido a que la acción necesita de información que cobra sentido en un marco teórico y metodológico que la soporten y le den significado en un contexto determinado.

Al percibir el turismo -en los años noventas- como una actividad **estructural** que forma parte del modo de vida de la sociedad y de la anatomía económica de los países y con las siguientes pautas: globalización del turismo, el impacto de las TIC y el énfasis en las temáticas de competitividad, calidad y sostenibilidad como garantía de futuro; hace que se conciba al turismo como una actividad compleja que trasciende la apreciación objetiva de estancia, desplazamiento y actividad, para incorporar nuevos enfoques subjetivos basados en la experiencia de los turistas (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2004; Cammarata, 2006)).

No obstante, se reconocen algunas tendencias que se necesitan superar para construir la ciencia del turismo, tales como:

- Los análisis se caracterizan por una voluntad descriptiva, no desarrollando una teorización del fenómeno (Albino, 2004; Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2004).
- Se mantiene la tendencia ha la importación de conceptos y metodologías contrastadas en otros ámbitos de la sociedad (sistema productivo, análisis urbano, teoría de la localización industrial, análisis de sistemas...), no estableciendo esas considerando las especificidades del fenómeno turístico, que en muchos casos se resiste a una lectura uniformadora (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2004).
- Un gran porcentaje de los trabajos realizados se refieren al área de gestión, especialmente desde un enfoque económico mecanicista, dejando de explorar las relaciones sociales y prácticas que conectan la producción con el consumo y forma de articulación de los bienes turísticos del contexto cultural, su creación con el consumo y la apropiación de las nuevas localizaciones (Albino, 2004; Cammarata, 2006)
- Los métodos de investigación que prevalecen son los derivados del paradigma newtoniano-cartesiano prevaleciendo la fragmentación y atomización del objeto de estudio. Eso deriva en una incomprensión de la real complejidad de las variables que

- estudian en el turismo, llegando a conclusiones que más que soluciones son problemas dado su enfoque unilateral. Se necesita transitar hacia la complejidad, visión que vincula, distingue pero sin desunir (Walle, 1997).
- En la transferencia de tecnologías, cuando se trata de tecnologías duras casi siempre se opta por algún entrenamiento de los operarios y con eso basta. Sin embargo, en los resultados de las investigaciones en el turismo predominan las tecnologías blandas, las que no siempre se logran transferir a partir de una gestión del conocimiento entre los investigadores y los trabajadores y directivos de las organizaciones, más bien la forma estandarizada puede describirse como la “imposición” técnica de los investigadores de sus formas de ver las cosas, sin considerar el conocimiento que éstos poseen sobre lo que se discute (Albino, 2004).
 - Las investigaciones en el turismo mayoritariamente se realizan por profesionales que se desenvuelven en universidades y/o centro de investigaciones y, en una menor cuantía, por especialistas que fungen como consultores/asesores de alguna organización que presta tales servicios a pedido de las empresas turísticas, sin el necesario enfoque transdisciplinar que requiere el turismo (Albino, 2004; Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2004).
 - Las investigaciones responden a un contexto determinado faltando la sistematización de esos resultados que conlleve a la formulación de una problemática común del turismo que permite su conceptualización y operacionalización teórica y empírica (Albino, 2004).

Todo ello nos lleva a declarar que en las investigaciones del turismo se hace necesario promover nuevos enfoques conceptuales y metodologías adecuadas para abordar el objeto de estudio de las investigaciones.

EJES PARA LA TRANSFORMACIÓN

El turismo: objeto de estudio complejo

El paradigma positivista parte de los siguientes supuestos básicos: consideración del universo como totalidad única acabada y omnicompresiva; la totalidad como conjunto que puede ser descompuesto en unidades (partes) y recompuesto a través de la sumatoria de esas; la diversidad como combinación de unidades-partes; la existencia de un encadenamiento universal a través de relaciones causales lineales, donde los efectos son proporcionales a las causas y se constituyen en invariantes explicativas (a iguales causas corresponden los mismos efectos y viceversa (Espino, 2003).

El turismo es un objeto de estudio complejo, luego presupone que no está sometido a la soberanía absoluta del orden, sino que es el campo de acción de una relación dialógica entre el orden y el desorden y la organización. Así, el turismo debe ir a la búsqueda de los significados, la visibilidad de los actores, la concentración en lo local, el énfasis en la irrepetibilidad, la negación de las causalidades lineales produciéndose la coexistencia conflictiva y la mezcla ecléctica de los rumbos objetivas y de significados, de explicación y de comprensión, cuantitativas y cualitativas, determinista y acausal. Imponiendo un cambio de paradigma de unidad, de distinción y de implicación mutuas.

El turismo: fenómeno social

El turismo en esencia es el movimiento de personas, que por obra y gracia de la globalización es el fenómeno social más importante de esta época, manifestándose en el encuentro de culturas diversas a un nivel personal/familiar, con sus consecuencias sociales. La “gran aldea” que es hoy nuestro planeta, posibilita la convivencia, el intercambio y el conocimiento de los visitantes con

poblaciones locales. La práctica social y cultural forma parte del proceso histórico, por tanto es de naturaleza dialéctica, dado que en relación activa (conocimiento y acción) con el mundo, lugares y paisajes del territorio, y con otros hombres, transforma la naturaleza y se transforma a sí mismo, construyendo un mundo cualitativamente nuevo de significaciones, valores y obras humanas, y realizándose como ser humano que se apropia y se consolida en su territorio.

Luego, en la práctica debe ser abordada por diferentes actores con organicidad lógicas y pautas de comportamiento comunes, pues en este sentido el trabajo, el ocio y las prácticas sociales del turismo siempre están revestidos de significaciones y valorizaciones. El individuo-habitante-visitante como ser simbólico se relaciona con el mundo a partir de: a) el plano real, con lugares turísticos como territorios ricos de potencialidades y fortalezas, pero también con debilidades y amenazas; y b) el plano de la imagen, imaginario y simbólico que revela las representaciones que se hacen desde esos lugares focalizando cuestiones virtuales y que no siempre coinciden con lo real, porque para el turismo la realidad es fiesta, fantasía, sueño. En ese proceso se integra la expectativa de tener experiencias diferentes de las que suceden en su vida cotidiana (Cammarata, 2006). Imponiendo un reto al entendimiento de las significaciones.

El Turismo: corpus teórico-metodológico coherente

Gómez Nieve (2005) insiste que el hacer turismo nos lleva a la irresistible tentación de lo pragmático y lo empírico, incidiendo en el retraso académico y científico, provocado por no tener una activa reflexión y crítica que nos lleve a repensar el turismo. Contrastando con la necesidad de construir un corpus teórico-metodológico coherente que se relacione dialécticamente en la comprobación empírica, así como el carácter suficientemente crítico de los análisis del mismo.

Así, habría que comprender el turismo e integrar sus teorías y metodologías desde una visión transdisciplinaria, así como ampliar vertical y horizontalmente de su corpus. Además, establecer una situación problemática unificada que permita distinguir y conocer sus variables, a pesar que el turismo se desenvuelve en diferentes contextos culturales. Lo que debe sustentar los modelo de formación de profesionales pensantes que se requiere en el turismo, tal y como lo reclama Gómez Nieves (2005) y Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2004). Imponiendo un reto epistemológico y metodológico

El Turismo: construcción participativa

Los anteriores ejes imponen retos que deben ser compartidos por la academia, la industria y el negocio del turismo, lejos de azuzar las contradicciones, se impone el diálogo entre los investigadores y los gestores turísticos. Por una parte, la industria debe dedicar mayor presupuesto a proyectos de investigación -no necesariamente de gestión económica- y a la formación; por la otra, los investigadores deben comprometerse a entregar resultados de investigación que armonice la teoría y la práctica y sean deseados y colaborativos con la industria y demuestren que contribuye a aumentar su competitividad.

Las investigaciones deben ser un espacio de participación de los gestores turísticos con los investigadores en un proceso de investigación-acción. La propia multidisciplinariedad del turismo debe impulsar el surgimiento de nuevas asociaciones profesionales como otra forma de crear espacios de confluencia.

A MANERA DE CONCLUSIONES

La exposición realizada parte de la caracterización de las etapas evolutivas del turismo y como la ciencia lo ha concebido y reconoce algunas tendencias que sirven de retransa al desarrollo de su ciencia. Como ejes de transformación de la ciencia del turismo se plantean las siguientes miradas:

mirar desde la complejidad de su objeto de estudio, **mirar como** fenómeno social, **mirar hacia** la construcción del un corpus teórico-metodológico coherente y **mirar para** conllevar a su construcción participativa.

Las propias contradicciones del desarrollo del turismo y de su ciencia serán las fuerzas catalizadoras que lo configuraran en teoría y práctica en busca de su ciencia para direccional su desarrollo, mientras tanto es una ciencia dispersa que tantea en variados campos las respuestas a sus interrogantes, sin llegar a clausurar el debate sobre su singularidad, bifurcada por el incremento creciente y dispar de contribuciones dada su complejidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN (2004). Libro Blanco. Título de Grado en Turismo. Madrid. Depósito Legal: M-20032-2004
- ALBINO, J (2004). A investigacao científica e o turismo. Revista de Turismo & Desenvolvimento. No. 1, Vol 1, pp: 9-14. Universidad de Aveiro.
- CAMMARATA, EMILCE BEATRIZ. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. ISBN 978-987-1183-64-7.
- DONAIRE, J.A. 1998, “La geografía del turismo después del fordismo: turistas en las fábricas, turistas en los centros comerciales”, *Sociedade e Território*, nº20, pp.55-68.
- ESPINO, M. (2003). Complejidad y pensamiento social. En: Carrizo, L. (ed.). *Transdisciplinarietà y complejidad en el análisis social. Gestión de las Transformaciones Sociales (MOST)*. UNESCO
- FRECHTLING, D. C. (2002), Destination development: foundations for a stakeholder focus. *tedQual*, No. 5 (1): 9-12.
- GÓMEZ NIEVES, SALVADOR (2005). Repensar el turismo: ante la irresistible tentación de lo pragmático y lo empírico. SECTUR, CESTUR, Departamento de Turismo, Recreación y Servicio, México, pp. 22.
- MINISTRAL, M. (2000). Geografia, turisme i polítiques de formació en turisme: l'aportació de la geografia als plans d'estudi superiors en turisme. [Microficha] Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- URRY, J. 1990 *The Tourist Gaze* (Londres: Sage Publications).
- WALLE, ALF H. (1997). Quantitative versus qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 3, pp. 524-536, Elsevier Science Ltd.