



Vol 5, Nº 12 (junio/junho 2012)

¿QUÉ ES EL TURISMO?: SOCIEDAD Y SISTEMA ONÍRICO

Maximiliano E. Korstanje

Global University for Lifelong Learning, USA

MKorstanje@milletrentacar.com.ar

Resumen

El presente trabajo desarrolla la idea de una definición holística del turismo y explora los diferentes problemas que han tenido los abordajes precedentes. Bajo la premisa que el turismo es parte del sistema onírico cuya función es regular la práctica social de la sociedad, se establecen nuevas formas de estudiar el fenómeno que apelan a la comprensión inter-cultural y a la aceptación real no cosificada de otras culturas. Nuestra tesis, es que no existe un turismo sino diversos turismos que se adaptan a las necesidades de cada cultura y sociedad permitiendo una adaptación sistémica entre economía, religión, política y seguridad.

Palabras Claves: Sistema Onírico, Ocio, Regulación, Cambio Social, Viaje

Abstract

The present paper develops the needs for an all-encompassed view of tourism exploring the precedent limitations in the line of time other approaches showed. Under the premise that tourism is associated to onyric sub-system whose ends are aimed at controlling the social and personal behavior, it is hypothesized new forms and methods for understanding tourism from a cross-cultural manner are needed rather than a one-sided view. From this point of view, our thesis is that there seems not to be one definition of tourism but there are many tourism(s) adjusted to the requirements of each society in order to allow a new intra systemic dialogue between economy, religion, politics and security.

Key Words: Onyric System, Leisure, Monitoring, Social Change, Travel.

Introducción

Diferentes autores en diferentes idiomas y contextos históricos han intentado definir que es el turismo y sus oportunidades o limitaciones para convertirse en disciplina científica (JAFARI y AESER, 1988; JAFARI y PIZAM, 1996; JAFARI, 2005; COLES, DUVAL y HALL, 2005; KORSTANJE y BUSBY, 2010; SCHLUTER, 2008; XIAO y SMITH, 2008; BELHASSEN y CATON, 2009; PERNECKY y JAMAL, 2010; TRIBE, 2010). Si bien existen interesantes trabajos epistemológicos en la materia, una creciente desintegración de todos ellos los ha llevado casi a su incomprensión por parte del lector y/o público especializado (MEIRA-MARTONI, 2011; BORTONOWSKA-MARINHO, ALBERTON, VIEIRA-MARINHO, 2011). Coincidimos con aquellos que señalan que hablar de la cientifización del turismo no es suficiente ya que la cantidad de trabajos publicados, congresos o libros, no es condición necesaria para el surgimiento de una disciplina científica. En la actualidad, el turismo se presenta como una actividad comercial, cuyos alcances son estudiados por varias disciplinas como la economía, geografía, sociología, psicología y antropología entre otros. El nivel académico y el cuerpo de conocimientos es tan grande y variado, que se ha generado una supuesta incomprensión o simplificación del mismo (MUNOZ-ESCALONA, 2011; TRIBE, 2010). A. Ascanio sugiere que la rápida concentración de capital y personas que despertó el turismo entre 1986-1990 ha generado una particular concentración de riqueza en países industrializados. La creciente movilidad y la globalización como una cosmogonía funcional al intercambio de mercancías pero que paradójicamente presuponen una mayor expansión de la pobreza (ASCANIO, 2006). Esta polarización de la riqueza pudo haber sido el trampolín que sentó las bases para la mercantilización y la posterior introducción del Management como disciplina hegemónica dentro de la academia. Dentro de ese contexto, el presente trabajo intenta no solo rescatar y/o resumir voces que han sido silenciadas en el transcurso del tiempo y sus contribuciones al estudio del turismo, sino también proponer un nuevo paradigma neo-sistémico que ayude a los especialistas a comprender el fenómeno turístico y su complejidad (BARRETTO, 2003). En este punto, este estudio teórico sintetiza más de 8 años de trabajo. Por una cuestión de espacio y tiempo, es imposible resumir a todos los autores o exponentes que han tratado el tema; de todos modos, se intentará abordar el tema con la mayor seriedad posible haciendo dialogar a los autores más reconocidos tanto en lengua inglesa como española. La falta de diálogo entre ambos cuerpos del saber, o la implícita complacencia del mundo hispano-parlante con respecto a lo que se escribe en el anglo-sajón (Korstanje, 2010c), hace que nuestro objetivo valga la pena.

Discusión Inicial

La historiadora E. Pastoriza (2011) señala que la consolidación del turismo pudo llevarse a cabo con efectividad gracias a un aumento significativo en la circulación de personas, las intervenciones del poder público y el sector privado en la urbanización que luego

posibilitó la infraestructura necesaria, como también el pintoresquismo como movimiento estético tendiente a imponer la necesidad de disfrutar visualmente un paisaje. Existe consenso en afirmar que mientras la movilidad hace de ciertos grupos sociales un ejemplo a seguir, a otros simplemente los aísla simbólicamente (LASH y URRY, 1998; TIMOTHY, 2001; WOOD y GRAHAM, 2006; HANNAM, SHELLER y URRY, 2006). El acto viajar evoca la idea de una visión turística (tourist-gaze) la cual construye previamente el objeto y la experiencia a ser consumida (URRY, 1990; 1995; DA SILVA-SANTOS y SOARES-MARQUES, 2011). El turismo para ciertos autores puede ser visto como un viaje cultural (rito de pasaje) (BERGER, 2004), o un consumo de signos entrelazados en un discurso coherente y organizado (CULLER, 1981). Desde sus orígenes la disciplina intentó definir de antemano al turismo aun cuando la fragmentación de conocimientos llevó a una especie de indisciplina epistémica (TRIBE, 2010; ESCALONA; 2011; KORSTANJE, 2007; 2008). Según la bibliografía especializada el turismo puede comprenderse como a) viaje a un centro ejemplar o sagrado cuya necesidad evoca la comercialización de la hospitalidad (COHEN, 1972; GRABURN, 1983; MACANNELL, 1988; 2003; 2007; KORSTANJE, 2010); b) un agente democratizador que desestabiliza las asimetrías generadas por el colonialismo mercantil (TURNER y ASH; 1991; PALMER, 1994), c) una forma estereotipada de Ocio (DUMANZEDIER, 1967; NASH, 1981; MUNEE, 1999; GETINO, 2002; KORSTANJE, 2009); una expresión cultural (DE KADT, 1992), un sistema interconectado de factores motivacionales push (vinculados a los atributos del destino turístico) y pull (asociados a características psicológicas del viajero) (DANN, 1977; CROMPTON, 1979; TURNBULL y UYSAL, 1995; KLENOSKY, 2002; WU. XU y EKIZ, 2009) o un encuentro inter-étnico entre huéspedes y anfitriones (PI-SUNYER, 1977; SMITH, 1977; SANTANA-TALAVERA, 2006). Como bien afirma el economista Muñoz Escalona (2011), en los últimos años ha surgido una corriente epistémica (nacida del Management) que ha priorizado la demanda turística olvidando el papel de la oferta dentro del sistema económico. Para estos estudiosos, la complejidad del turismo amerita un estudio inter-disciplinar pero lejos de "aclarar las aguas o llegar a paradigmas unificados" que permitan una elaboración metodológica-científica, sus esfuerzos parecen puestos en estudiar exclusivamente ciertas cuestiones que hacen a la imagen de los destinos y su rentabilidad. La metodología, para estos estudios, culmina en meros análisis de casos cuya raíz nace de los estudios clásicos de mercado o tendencia al consumo. Por lo tanto, la función del turismo dentro de la sociedad fue simplificada a un mero producto. En tanto que tabú mercantilizado, la hospitalidad, según el autor ha sido mal comprendida y con ella también el turismo. Por su parte, el antropólogo español A. Santana Talavera (2006) explica que a pesar del taboo sobre la antropología para tratar temas desde una perspectiva integradora y sistémica, el turismo para una mayor comprensión debe ser abordado desde una perspectiva holística que pueda describir no solo su dinámica sobre el campo de observación sino sus efectos y alteraciones a lo largo del tiempo. A diferencia de sus colegas, Santana-Talavera sugiere que el *sistema turístico* obedece a tres componentes bien definidos. El primero se refiere a un elemento dinámico el cual no es otra cosa que la demanda por la cual se movilizan todos los actores dentro del sistema, ya sea por consumo de

comodities u bienes con valor agregado. Segundo, tenemos al componente estático lo cual posibilita (en forma de infraestructura) la actividad turística y su posterior ordenamiento territorial. Por último, el componente secuencial por el cual las partes, integradas a un todo se entrelazan para dar origen al sistema (principio de homeóstasis). En forma más amplia, lo cierto parece ser que el turismo no puede ser comprendido en forma ajena al desplazamiento geográfico con expectativas específicas de retorno. Asimismo, J. C Monterrubio ha desarrollado un modelo sistémico que ayuda a comprender la evolución de las diferentes variables que hacen al sistema turístico. En la actualidad el turismo ha tenido varios problemas en ser reconocido por otras disciplinas ya instaladas debido a la dispersa desintegración que han sufridos los textos y los abordajes, pero no sólo eso además existe una consideración excesiva a considerar o definir, mejor dicho, al turismo sólo por sus efectos sobre la economía, la población o el medio ambiente sin tomar en cuenta otros componentes esenciales. Si bien los viajes son un producto esencial del turismo, adelanta el autor, no todo viaje puede considerarse turístico y entonces así, prefiere una definición más ligada a la recreación enraizado en el ocio. Sin embargo, definir al turismo como sólo vinculado al ocio sería un reduccionismo porque sólo se vería la perspectiva del turista siendo que dicha actividad abarca mucho más que aspectos relacionados a la residencial habitual o el desplazamiento. El turismo sería para Monterrubio Cordero: *"un sistema complejo compuesto por un conjunto de elementos, estructuras, interacciones, relaciones y consecuencias de carácter social, cultural, económico, político y ecológico que implica el desplazamiento de uno o varios individuos de su lugar de residencia habitual hacia, y la estancia en, un destino específico, en su mayoría por razones de recreación"* (p. 103). Para poder lograr una comprensión del turismo como fenómeno social, es necesario, retornar al paradigma sistémico (Monterrubio Cordero, 2011), como lo intentaremos en el siguientes ensayo.

El Viaje Turístico

Etimológicamente el término viaje se compone de dos vocablos, vía del latín camino y cum que denota acompañamiento. A diferencia de la peregrinación (per agrere) que implica "ir por fuera de la infraestructura dedicada para los viajes", el viaje debe concretarse dentro de un canal estipulado por la sociedad (PRADO-BIEZMA, 2006). Siguiendo este argumento, G. Santayana explica que el viaje es una habilidad humana por cuanto persigue un motivo preestablecido que condiciona la identidad del viajero; a diferencia del animal que no es consciente de ello. En este sentido, la adaptación y la dominación son dos aspectos inherentes al viaje (SANTAYANA, 2001). No obstante, para algunos escritores el viaje también puede ser concebido como una forma de construir alteridad (KROTZ, 1988) o forma de acopiar conocimiento reflexivo (MENGO, 2008). Si partimos de la base que el viaje implica un desplazamiento geográfico, la pregunta es ¿Cuál es su relación con el turismo?. Desde sus orígenes, los campesinos sajones utilizaron el término *torn* para representar un viaje con retorno al hogar dentro de un lapso temporal. Para fines del siglo XVIII, los franceses comienzan a utilizar la palabra tour como

una forma de viaje educativo dado al príncipe para conocer las costumbres de las diferentes comarcas europeas (JIMENEZ-GUZMAN, 1986). Siguiendo este razonamiento, Alberto Sessa (1971) explica que el turismo está compuesto por tres elementos: el sujeto, el desplazamiento y la permanencia. El tipo de lucro, aunque sea parte, no es inherente al turismo. Por lo tanto, todo desplazamiento en el que esté involucrado un sujeto e implique una residencia temporal es un hecho turístico. Contrariamente, otros autores como Barucci (1976) consideran que el turismo como tal poco tiene que ver con los viajes en sí. El autor entiende que el turismo es un hecho totalmente distinto a otros desplazamientos; tales como aquellos que se emprenden en búsqueda de nuevas tierras, o de habilidades y destrezas para algún oficio. En concordancia, con la postura del profesor Barucci, los teóricos de la escuela histórico-evolutiva se esforzarán por demostrar que el turismo es un hecho social (económico) surgido de la revolución industrial, desconocido hasta ese entonces. En consecuencia, el viaje turístico puede comprenderse como todo *desplazamiento espacial y temporal fuera del lugar de residencia por motivos de descanso, placer, negocios u otros motivos por más de 24 horas y menos de un año*. A diferencia de otros viajes, los cuales también son determinados por una causa y narrativa específicas, el viaje turístico necesita de un retorno al hogar. Para Castaño, el turismo como fenómeno social concentra tres elementos importantes: a) el individuo fuera de su entorno habitual, b) la industria como sumatoria de ofertas y necesidades y c) el impacto socio cultural y económico sobre las sociedades anfitrionas. Asimismo, para el autor el turismo y los viajes turísticos representan no sólo un aspecto interesante de investigación sino también un campo fértil para futuras investigaciones. *“Desde el punto de vista histórico los grupos humanos se han venido desplazando por razones de índole primario, dejando su residencia únicamente en circunstancias extremas. En la sociedad actual los individuos ya no están tan ligados a sus entornos y pueden adaptarse con facilidad a otros nuevos, interesarse por culturas y costumbres diferentes, dando lugar al nacimiento de un nuevo valor: la experiencia de la novedad y de lo extraño. Sin embargo, los individuos también necesitan encontrar en esa nueva realidad algo que les resulte familiar, que les recuerde su lugar de origen (la vivienda, la urbanización, servicios, etc) y su cultura (lengua, gastronomía, moral, etc”* (CASTANO, 2005, p. 39).

Para otros autores como J. Urry, por el contrario, el turismo no puede comprenderse ajeno a la experiencia subjetiva. Por lo tanto, toda experiencia turística adquiere una característica netamente visual hecho que dispara la necesidad de desplazamiento geográfico. En este contexto, las diferentes formas de mirar son organizadas por profesionales en categorías específicas tales como a) la educación (viajes por motivos educativos), la salud (por motivos terapéuticos), la solidaridad social (en busca de cohesión social) o lúdico (como forma de descanso). La predominancia de lo estético que se despierta en el siglo XIX en Europa Occidental marca una de las principales características del turismo actual (URRY, 2007, p. 21-22). Precisamente por esa ruptura de la epistemología de la ilustración que implica la modernidad, es que se dan dos fenómenos en simultáneo. Por un lado, la categoría de los

saberes científicos comienza a fragmentarse en "particularismos" y subdisciplinas; por el otro, el turismo adquiere una naturaleza puramente estética y hedonista cuya principal función es mantener las asimetrías productivas de la propia sociedad que ha fundamentado el origen del turismo masivo. Si bien el turismo masivo puede ser comprendido en la actualidad como una combinación de factores económico-sociales importantes como el avance tecnológico y la reducción del tiempo dedicado al trabajo a mediados del siglo XX, la realidad parece indicar que todas las sociedades han recurrido a sus propias construcciones y mecanismos de evasión para absorber la tensión propia del aparato político y económico. La historia del turismo nos enseña que las diferentes etapas construyen cíclicamente su propio discurso respecto a la forma de hacer turismo (REJOWSKI, 2002; KHATCHIKIAN, 2000; SCHLUTER, 2008). Si bien estos estudios reconocen las diferencias que suscitaba el ocio antiguo respecto al turismo (mientras el primero era obligatorio, el turismo se presenta como actividad voluntaria), las ferias romanas antiguas (hoy homologables a las vacaciones) se llevaban a cabo como espacio lógico-temporales de retorno al hogar y descanso. Podemos afirmar entonces, que existe una tendencia turística que es tan importante como los otros elementos de la misma sociedad. En la actualidad, sin embargo, la literatura especializada ha enfatizado en un discurso puramente mercantilista sobre el turismo. Esta nueva corriente no solo comienza a utilizar una definición de turismo muy pobre o superficial sino que además acude al turismo como una forma comoditizada de producto que subordina la organización territorial a fines económico-rationales en el sentido weberiano clásico. Para bien o para mal, esta postura, abrazada por la gran mayoría de la academia será examinada en las próximas líneas en forma crítica.

¿Es el turismo un viaje rentado?. Por demás interesante es el abordaje realizado y recientemente publicado de Minnaert, Maitland y Miller (2011) quienes estudian el "turismo social" como fenómeno vinculado a la protección de los más carenciados. En su desarrollo, los autores se preguntan si el turismo debe ser concebido como una actividad rentada asociada al placer y al lujo o como un derecho adquirido por todo ciudadano al margen de su poder de compra. La respuesta parece no ser simple, y obliga a presentar la siguiente idea. Los países capitalistas explotan al turismo desde una perspectiva puramente mercantil mientras los socialistas lo hacen como una oportunidad de adquirir un derecho (entitlement). Desde esta perspectiva, el turismo adquiere una naturaleza diferente dependiendo de la sociedad donde opera. Para el primer tipo de sociedad, el turismo es un resultado lógico de los beneficios dados por el trabajo, para el segundo tipo, un derecho universal otorgado a cualquier persona por el sólo hecho de serlo. Ahora bien, si el utilitarismo propio del capitalismo da como resultado un turismo pago, los autores no van por el camino correcto al afirmar que los países socialistas instauran una forma universal del turismo. El capitalismo moderno, tanto en los países industriales como en los socialistas ha naturalizado al turismo como una institución y el derecho al consumo como universal, tema que discutiremos más adelante con nuestra teoría de la naturaleza onírica del turismo.

La modernidad y el deseo de ver cosas diferentes han condicionado nuestra forma de viajar en los últimos años. Hasta cierto punto, incluso el viaje turístico, con el paso de los años se ha transformado en un desplazamiento rentado disociado de la recreación como tal. Esto, al menos, es lo que evidencia la reflexión del canadiense G. Higginbotham (2011) quien se cuestiona si el suicidio asistido puede ser considerado una forma de turismo médico. Partiendo de las definiciones precedentes del turismo, el autor reconoce la recreación es un aspecto importante de la actividad, y al no existir un momento después para quien paga por ese viaje, entonces no existe motivación turística. En el encuentro entre recreación, ocio y turismo, se observa que existen dos componentes claves para comprender el ocio moderno, una se refiere a la libertad percibida, y la otra la motivación interna. Ambas se encuentran presentes en el turismo con fines suicidas, empero se da en este razonamiento un escollo importante, el sujeto, al morir, no recibe ningún tipo de recompensa por su acto; o si la recibe (la muerte buscada) no puede disfrutarla. En consecuencia, no sería lícito hablar de turismo suicida (assisted-suicide tourism). El artículo en cuestión permite explorar cuestiones vinculadas a la comercialización y a la ética. La modernidad parece haber invadido todas las esferas de la vida social, inclusive el ocio. Hoy un viaje, necesariamente, parece ser un desplazamiento rentado sin tener en cuenta realmente su motivo o narrativa precedente. Como veremos más adelante, el turismo no debe ser estrictamente considerado un viaje rentado.

La perspectiva Técnica y sus limitaciones

Desde una perspectiva superficial, el turismo puede ser comprendido en tanto que actividad económica también como un aspecto psico-social (de KADT, 1992; JIMENEZ-GUZMAN, 1986) cuyas implicancias aún han sido poco exploradas, o mejor dicho poco difundidas en comparación con otras disciplinas. Por otro lado, también es cierto que cada disciplina (Management, geografía, psicología, sociología) ha propuesto un modelo diferente para el estudio y la resolución de problemas en el campo. Para algunos, una actividad simple con raíces geopolíticas y económicas bien definidas (HEYTENS, 1978) para otros una actividad de inmensa complejidad que amerita un abordaje inter-disciplinar (BARBINI, 2005), lo cierto es que el turismo (una vez más) se encuentra asociado a dos necesidades psicológicas incuestionables, la novedad y el descanso cuyos orígenes pueden estudiarse en el génesis bíblico. La cosmología judeo-cristiana ha sido el soporte ideológico y mítico del turismo como tal ya que por un lado promueve la curiosidad como forma de renovación o búsqueda de una nueva situación (pecado y expiación) mientras por el otro promueve el desplazamiento como forma de descanso (KORSTANJE, 2009).

Seguí-Llinas sugiere que uno de los primeros en develar la idea de una Ciencia del turismo o turistología ha sido Georges Cazes quien promovía el estudio disciplinar de la actividad desde varias perspectivas. El breve artículo del profesor Seguí-Llinas sugiere que la obra de Cazes puede desmembrarse en tres ejes principales: a) análisis regionales del turismo,

la relación turismo y tercer mundo y la epistemología del turismo, en donde ha descollado con sus contribuciones. Cazes, como muchos otros, estaba preocupado por crear una ciencia que uniera tanto la perspectiva técnica como científica del turismo, que uniera al analista cuyas preocupaciones versan en la utilidad de los inversores, con las del científico. En cuanto a los análisis regionales, Cazes indaga en el desarrollo y la expansión turística de los países mediterráneos a mediados del siglo XX. También el geógrafo francés se preocupa en cuanto a los efectos negativos del turismo en países subdesarrollados (tercer mundo). La perspectiva epistemológica examina la influencia de los flujos turísticos en el medio ambiente (SEGUILLINAS, 2006, p. 11). No obstante, Cazes cae en el mismo error que la mayoría de los scholars ya que asume como regla epistemológica lo que en sí es desarrollo técnico.

Actualmente, se puede agregar existen dos tendencias claras que deben mencionarse. La primera es la *perspectiva técnica* cuyos objetivos se orientan al estudio del turismo como herramienta, como instrumento capaz de solventar ciertas incongruencias propias del sistema. Una especie de método correctivo que intenta involucrar en forma sinérgica a la mayoría de actores posibles. Una de las características distintivas de este tipo de abordajes es la falta de una consciencia crítica sobre el objeto de estudio y una necesidad de mejorar la situación actual por medio de la organización eficiente de recursos. La segunda, se refiere a la *perspectiva científica* cuya necesidad se encuentra en explicar el porque y el como se originan y desenvuelven los fenómenos. Si bien en parte la perspectiva científica, al igual que la técnica, se encuentra inspirada por mejorar la calidad de vida de las personas, su prioridad versa en validar o refutar resultados sin emitir conclusión en el proceso. La conclusión es el resultado final del proceso. Para esta corriente, a diferencia de la anterior, no es tan importante emitir un juicio de "opinión" sobre lo que es socialmente correcto o debería ser, sino en estudiar objetivamente como el fenómeno ha evolucionado a lo largo del tiempo. Surge así la necesidad de hablar de un turismo sostenido, o sustentable (BOULLON, 1985; VITRY, 2003; SILVA SANTO, 2003; JAFARI, 2005; NADEAU et al, 2008; ALVAREZ y KORZAY, 2008; FRANCH et al, 2008; DWYER, 2008), sin embargo, la influencia del mercantilismo y la escuela fisiócrata aún continúan presente en la tradición técnica (de este punto se nutre la perspectiva científica para criticar a la técnica).

A. Santana-Talavera no se equivoca cuando afirma "*el turismo se inserta dentro de las necesidades de expansión económica, social, cultural, política, y psicológica de las sociedades occidentales u occidentalizadas, pues sólo éstas vienen siendo sociedades de concentración y de formación de los excedentes necesarios, potenciando el desarrollo de las comunicaciones y los desplazamientos humanos colectivos (no forzados) como válvula de escape a su propio estrés. En lo que al turismo se refiere, y como forma posible de ocupación de los ocios, hay que reservar para él aquellos desplazamientos colectivos que son realizados libremente, por placer, recreación o simplemente deseo de estancia. El turismo, tal y como hoy lo entendemos, tiene su origen en la curiosidad, el esnobismo, la enfermedad y la búsqueda de climas*

diferentes... pero logra establecerse cuando algunas personas emprendedoras comienzan a cobrar por prestar un servicio (SANTANA-TALAVERA, 2006, p. 19-20).

Una de las cuestiones fundamentales que determinan el discurso de la perspectiva técnica, es sin lugar a dudas, la organización territorial. En este sentido, R. Dosso afirma que *"ciertos centros urbanos disponen de centralidad territorial (transterritorialidad) conforme al rol dinámico de irradiación/atracción que ejercen respecto a un determinado alcance regional influyendo en el desarrollo económico-territorial"* (DOSSO, 2005: 28). Buscando otras herramientas conceptuales del Marketing y el Management, Dosso sabe que la consolidación de la centralidad que menciona se hace posible con intervención de dos factores: la competencia y las fortalezas en base-económica. Su análisis parte del supuesto que la dinámica social no implica una ruptura en el orden y viceversa. La necesidad de orden y estabilidad es el primer elemento que encontramos en el discurso técnico. El segundo elemento se asocia al uso racional de los recursos para lograr una mayor potencialidad, y en consecuencia beneficios materiales, en donde el dinero no necesariamente sea el bien de mayor demanda. En otras palabras, la perspectiva técnica enfatiza en la necesidad de estar mejor a una condición actual que se presenta como indeseable.

Dosso se da cuenta el *paisaje es el recurso o atractivo principal del turismo*, pero que existen otros como la infraestructura, o los medios de transportes que igualmente gravitan en el sistema. La territorialización de lo económico (aunque claro esta el territorio es parte de la economía) es el tercer aspecto que se observa en esta lectura. La orientación de la territorialización se ubica siempre en un futuro, vinculado a la contingencia (la posibilidad de un futuro abierto sujeto a probabilidades). En el tratamiento de Dosso, se observan dos cuestiones que merecen ser analizadas. Una es el tiempo verbal en las conclusiones ubicado siempre en un futuro deseado-ideal (podrán constituirse), la segunda es la relación entre el ordenamiento territorial (propio de la burocratización racional de recursos) y el compromiso, entendido como un instrumento de adoctrinamiento interno de los actores con arreglo a determinado fin (racionalidad).

J. C. Mantero introduce un nuevo concepto a la hora de definir el turismo, la atraktividad y el nodo. Éste último, geográficamente hablando se relaciona con un punto en el espacio el cual sirve de orientación con respecto al resto del paisaje territorial. El nodo no solo es orientativo sino que también exclusivo por su contenido, es único con respecto al resto del universo visual. En parte, este es el prerrequisito de unicidad, de exclusividad que se construye simbólicamente en torno a un destino turístico. El futuro y la posición física parecen emparentarse. Si en español, destino geográfico y temporal son idénticos, en inglés sus estructuras cambian a destination and destiny. En el resumen de su presentación Mantero aclara que "se plantea y se desarrolla la noción de modalidad turística como entidad territorial para afrontar la puesta en valor y en el desarrollo turístico del interior bonaerense,

considerando disposición de densidad social, económica y política apropiada y los atributos de interés turístico de la conjunción centro-urbano – entorno natural y rural (MANTERO, 2005, p. 49).

Para Mantero la modalidad nace en la convergencia entre disponibilidad territorial de recursos y densidad paisajística que pueda atraer un flujo sustancial de turistas. Por lo tanto, se rescatan en el proceso de construcción turístico tres elementos: condiciones de atractividad, accesibilidad y aptitud. El turismo no se concibe sin esa capacidad de atracción y de equipamiento externo. Por lo tanto, la actividad turística genera cierta expectativa (nuevamente el futuro) en los consumidores quienes evaluarán el producto desde una perspectiva económica. Empero, Mantero no olvida que el turismo también involucra a factores sociales, humanos y psicológicos (Mantero, 2005: 59). En el tratamiento de Mantero se visualiza una clara subordinación de los factores humano-sociales a los económicos, el trabajo e el intercambio comercial resultado del advenimiento del Dios-mercado sintetiza la relación hombre y territorio. Mantero prosigue con el desarrollo de las necesidades turísticas y las experiencias concluyendo que el turismo permite la confluencia del ciudadano con su paisaje en tanto su entorno además de proveer los recursos necesarios para la subsistencia, da un valor adicional a la relación comercial que existe entre el residente y el turista. Nuevamente se puede conceptualizar el argumento de Mantero y descomponer en las siguientes palabras claves: atracción, valor, relación, satisfacción, consumo, tiempo, utilidad, turismo y territorio. En ciertas ocasiones, la historia se presenta para la perspectiva técnica como un ejemplo de científicidad y objetividad, empero su abordaje es sólo una descripción historiográfica de la evolución del "producto turístico" y no una historia del turismo.

En resumidas cuentas, la perspectiva técnica en la investigación turística enfatiza en:

- a) El turismo es y debe ser valorado por su función principal actual, y no por su función histórica.
- b) El turismo se constituye como una actividad económica y comercial cuya característica principal es la movilidad y la transformación del paisaje geográfico. Sus consecuencias no deseadas pueden ser mitigadas gracias al uso racional de los recursos cuya máxima expresión se orienta a la protección patrimonial o ecológica.
- c) El trabajo, valor principal de Occidente, asigna un mestizaje a tres elementos bien diferenciados: territorio, sujeto, turismo y futuro. La actividad turística, en tanto tipo de ocio, se encuentra inserta en una lógica geográfica y económica de la cual nadie puede sustraerse. Por medio de la imposición y reproducción de ideas y creencias previas tales como bien, mal, mejor, peor, deterioro, crecimiento, valor, superior e inferior, los escritores de la perspectiva técnica promueven la hipótesis del desarrollo turístico como una

forma acabada; pero sujeta al porvenir y a la contingencia, es decir la posibilidad de que el negocio colapse.

d) La perspectiva técnica prioriza la atractividad como criterio principal del discurso mientras la utilidad o la necesidad de orden se posiciona en forma secundaria. La necesidad imperiosa de mejoramiento se encuentra asociada a la angustia que genera no conocer el futuro; de hecho, los reportes técnicos no están escritos en tiempo pasado sino futuro. Sus horizontes se ponen hacia delante (en contraste con el reporte científico que mira hacia atrás o en el presente).

Entre las limitaciones principales de la perspectiva técnica se observa una acumulación de definiciones sobre turismo que por su naturaleza no son mutuamente excluyentes sino abstractas y extensas en las cuales se combinan varias actividades tales como negocios, ocio, descanso, etc. Estas "definiciones acumulativas" son funcionales a una manera moderna de hacer negocios donde la cohesión y la sinergia se presentan como sus principales fortalezas. Empero, este tipo de definiciones, aunque eficaces para ciertos objetivos son superficiales para analizar científicamente al fenómeno turístico. En segundo lugar, la perspectiva técnica está demasiado preocupada por cuidar la rentabilidad de los prestadores turísticos y/o la atractividad del destino que por comprender las verdaderas dinámicas que subyacen en el proceso de turistificación. Muchos de estos estudios en ocasiones, admiten abiertamente que el turismo debe ser comprendido exclusivamente como un fenómeno occidental y moderno desconociendo o trivializando más de 2.500 años de historia y el valor que las diferentes culturas y/o civilizaciones le han dado a su forma de practicar el turismo. En tanto que, forma de ocio, el turismo evoca los valores primordiales que dan sustento al orden social. Por desgracia, la perspectiva sistémica que podría haber ayudado a comprender como funciona el turismo ha sido cooptada por disciplinas como el marketing y el Management donde la efectividad y el éxito se antepone a la comprensión.

Por último, la literatura en turismo ha hecho en las últimas décadas demasiado hincapié en temas vinculados al impacto de los turistas en las comunidades locales. Dicho impacto puede, según esta perspectiva, ser identificada en tres grandes componentes, el desarrollo, el encuentro o interacción entre huésped y anfitrión y el tema cultural. Desde la visión de los residentes locales, una de las cuestiones más negativas del turismo es su proceso de centralización de personas y concentración de capital a la vez que el aumento en las tasas habituales de criminalidad (BRUNT y COURTNEY, 1999). La percepción se ha transformado en un activo significativo para la investigación en turismo.

Metodológicamente, a la hora de abordar el campo los investigadores en turismo priorizan las encuestas, entrevistas y focus- Group como sus técnicas de recolección de datos preferidas. Ello no es casual partiendo de la base que existe consenso en tomar "lo dicho" por

el agente con cierta validez científica sin tomar en cuenta que muchas veces se da una disociación entre lo que la gente dice y hace. Si bien la sustentabilidad de un destino turístico puede definirse exclusivamente por lo que el consumidor cree, otros actores y métodos son descartados por ser considerados no representativos de la realidad. Este claro error conceptual y epistémico lleva al turismo a tener serios problemas para desarrollar un método propio y comparable a otras disciplinas académicas.

SHARPLEY y SUNDARAM (2005), por ejemplo, hacen hincapié en la importancia de la espiritualidad en el turismo rural. Desde su abordaje, el turismo debe ser comprendido como un viaje sagrado cuyas reminiscencias devienen del peregrinaje y la religiosidad. Si bien su aparato teórico es acorde al problema a estudiar, su perspectiva metodológica apunta a explorar "las motivaciones" de aquellos quienes practican peregrinaciones en una zona de la India (Ashram). Si bien el estudio no toca necesariamente los efectos económicos del turismo, la perspectiva cae en dos problemas fundamentales. Primero, no queda claro la distinción científica entre explicación de primer orden y de segundo. A diferencia de los estudios científico que elaboran una explicación de las causas que provocan el fenómeno, los estudios de mercadeo enfatizan en la voluntad del cliente sin tomar en cuenta los factores psico-sociales del tema a estudiar. Segundo, incluso los mismos consumidores desconocen las causas de sus actitudes y recurren a las explicaciones de segundo orden (establecidas en los cuestionarios) para orientar sus propias actitudes. Como resultado, el avance de las investigaciones no solo determina los cuestionarios sino las respuestas de los entrevistados. Si la academia sostiene que el turismo cultural es beneficioso para la identidad, y esa idea se encuentra inserta en la narrativa social, entonces, el entrevistado no devalidará dicha afirmación. No obstante, ni entrevistado ni entrevistador pueden romper la lógica de la explicación de segundo orden y caen en hipótesis falsas (conocida por los sociólogos como falacia ecológica). Esta forma de pensar la investigación sienta las bases para replicar diferentes ideas-fuerza o prejuicios provenientes del imaginario que van desde el turismo y la cultura hasta la idea que "los inmigrantes traen enfermedades".

La Obsesión por la autenticidad.

Una abundante bibliografía en la actualidad vincula al turismo con la sustentabilidad y la búsqueda por lo autóctono (DANN, 2005; HELPBURN, 2002; WICKENS, 2002). Esta preocupación inicial se la debemos al sociólogo estadounidense D. Maccannell quien fue uno de los padres fundadores de la sociología del turismo. La dicotomía entre sagrado y profano se convirtió en dos categorías válidas para comprender al turismo moderno. La idea de considerar a los turistas como exponentes de la "clase ociosa" ha sido un producto de la mala interpretación de algunos autores que siguieron las influencias de Maccannell. Quien haya tenido la oportunidad de leer el trabajo de Veblen se dará cuenta que éste no hace ninguna referencia a los "turistas", sino que por el contrario, Veblen focaliza en los "intelectuales" como residuos sociales de las arcaicas hordas sacerdotales que manejaron el mundo antiguo y

medieval (VEBLEN, 1974). Para D. Maccannell existe una relación análoga entre la clase ociosa y los turistas modernos. Según esta perspectiva, los lineamientos versan en la siguiente dirección:

1) las culturas son comprendidas como estructuras con mayor o menor consistencia y fortaleza, 2) existen culturas fuertes y débiles, 3) el encuentro entre grupos culturalmente superiores e inferiores dan lugar a la admiración y sumisión (Maccannell, 1988), 4) existe una desmedida tendencia a considerar las relaciones humanas como no auténticas, 5) se observa una falsa dicotomía entre el mundo industrial y el tribal, 6) se idealizan las conductas tribales considerándolas integradas y poco conflictivas sin diferencia entre el espacio privado y público, y 7) influido notablemente por C. Lévi-Strauss el autor confunde las limitaciones de la construcción significado / significante aplicada a la escenificación turística (MACCANELL, 2003).

En parte dogmática, en parte por inconclusa, la teoría de la autenticidad debe ser reformulada. En otro trabajo publicado recientemente, Korstanje (2009c) criticó la influencia de Dean Maccannell por considerarla incorrecta desde varias perspectivas las cuales se sintetizan a continuación:

- a) A pesar de la advertencia de Levi-Strauss sobre la imposibilidad del estructuralismo para estudiar fenómenos urbanos modernos como el turismo, Macannell insiste en el estructuralismo como una forma de comparación entre lo sagrado (primitivo) y lo secular moderno.
- b) Sus lecturas sobre la clase ociosa de Veblen son incorrectas ya que para el economista, los turistas no contemplaban la formación de una clase ociosa. La relación entre ociosidad y turismo es forzada en este sentido.
- c) La propuesta metodológica goffmaniana, aplicada por Maccannell, de ser un observador encubierto en el campo, contradice las normas éticas de cualquier disciplina científica ya que el observado no es debidamente notificado de la observación reduciendo su autonomía a un mero objeto (cosificación).
- d) La dicotomía autenticidad vs no-autenticidad es falsa, ya que está se encuentra condicionada al rol del viajero y a sus estructuras cognitivas previas.
- e) El estructuralismo levistraussiano tiene serios problemas para explicar porque ciertos grupos humanos en su semejanza no tiene relación étnica. Dos estructuras mitológicas pueden parecerse pero solo por adaptación ambiental. La semejanza no implica correlación causa científica.

Por último, a la reflexividad cognitiva que caracterizaba la vida de los siglos anteriores se le ha reemplazado por una reflexividad estética que rechaza de plano todo tiempo

cronológico y cálculo utilitario. Una de las características de la modernidad es el vaciamiento progresivo de sentido de los espacios y el declive de las relaciones sociales. Al capitalismo industrial organizado se le sucede un capitalismo desorganizado que no conoce de jerarquías sino de redes de intercambio de servicios abstractos entre el centro y la periferia. Para Lash y Urry, mientras el símbolo se constituye como una versión privada del espacio cuyas características son jerárquicas y estructurales, la alegoría bucea por la hermenéutica y la reflexividad estética. Ello rompe con la idea romántica de la comunidad (*gemeinschaft*) para instaurar un espacio que se produce constantemente así mismo. Sin embargo, ese clivaje no significa un vaciamiento total sino una nueva reconfiguración que se determina por el declinar del lazo social. El poder de la imagen hace su aparición en la vida social del sujeto subordinando todas sus instituciones y desdibujando los alcances del espacio cartesiano. Misma tesis puede observarse en el tratamiento de Macannell quien erróneamente insiste en la tesis de la alienación propia de la lógica post-moderna. En efecto, el turismo y el ocio moderno se constituyen como compartimentos en donde los sujetos pueden expresar sus emociones "reprimidas" en la vida social y laboral diaria. El sociólogo estadounidense, considera "a la visita turística" como un ritual que intenta recuperar en una experiencia que se presenta como "única" los diferentes fragmentos de la modernidad. Los viajeros buscan una autenticidad que los ayude a vencer la alienación de la cual son producto, pero lejos de eso, el turismo los subsume en una realidad fabricada a medida (en un viaje imposible). La experiencia turística, una vez retornado, está caracterizada por la reafirmación de los estereotipos previos antes de la partida. En este sentido, el papel de la tradición en la industria cultura moderna juega "un papel servil" con respecto a los caprichos nostálgicos de los turistas que deben ser satisfechos. En consecuencia, el vínculo entre visitante y visitado se torna impersonal, frágil e ritualizado (MACCANELL, 2003, p. 80-83); a una especie de vaciamiento de sentido del lugar.

La idea de suponer que la secularización conlleva a un vaciamiento de los lugares no solo es peligrosa sino potencialmente etnocéntrica ya que si todo lugar confiere derechos a sus habitantes, un no-lugar confiere no-derechos. Partiendo de la base que los no lugares se encuentran usualmente habitados por personas excluidas del sistema económico entonces asumimos que no tienen derechos ni personería. Paradójicamente, el consumo que Macannell dice ser es el problema principal de la modernidad, es el criterio principal para conferir derechos y no derechos. El antropólogo español Nogues-Pedregal no se equivoca cuando afirma que Macannell, y sus inconsistencias, ha sido el responsable para que una gran parte de las Ciencias sociales trivialicen los alcances del estudio científico del turismo ya pre-define al mismo como una actividad enraizada en el consumo hedonista y superficial de los espacios asumiendo sin verificación que no "hay nada auténtico en él" (NOGUES-PEDREGAL, 2009). Desafortunadamente muchos turismólogos han adherido a la idea de Macannell debido a dos factoras claves. Para quienes no vienen de las Ciencias Sociales, comprender como se desarrolla la teoría estructuralista es muy complejo por lo tanto les es imposible captar los errores de Macannell. Por el otro, la idea de desarrollar una teoría que discuta la relación entre

verdadero y falso (o consumo hedonista vs descubrimiento) obedece a problemáticas propias de la guerra fría y del enfrentamiento americano con la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. El principio de sustentabilidad, iniciado por Macannell ha sido contraproducente ya que ha históricamente alimentado un nuevo paternalismo que conecta al turismo con la antropología del siglo XIX y la colonización (KORSTANJE, 2010b; VARGAS-MARTINEZ, CASTILLO-NECHAR y ZIZUMBO-VILLAREAL, 2011).

El Paradigma Sistémico

La relación entre agencia y estructura ha sido una cuestión desarrollada por varios scholars provenientes de las Ciencias Sociales. La teoría de la agencia enfatizará en el individuo como eje fundacional de la sociedad mientras la teoría de la estructura hará hincapié en las normas sociales como mecanismos impuestos por la sociedad. K. Knorr-Cetina considera que la sociología ha errado el camino al comprender los eventos macro-estructurales por un lado, y el comportamiento individual por otro. En realidad, por definición el sistema macro debe comprenderse como una suma agregada de eventos microsociales (KNORR-CETINA, 1989). La hipótesis de la agregación sugiere, entonces, la experiencia individual reestructura las normas hasta un punto en que esas normas condicionan al agente (GIDDENS, 1979; CICOUREL, 1981).

En forma similar a las Ciencias Sociales la pregunta acerca de ¿dónde nace y que es el turismo? son dos cuestiones irresueltas que por años han congregado y desvelado a los turismólogos. Desde hace unos años, los padres fundadores del paradigma sistémico en el estudio del turismo argumentaban que el turismo es un hecho social total cuyos alcances y funciones deben ser estudiados en forma comprensiva y holística. Los particularismos de nada sirven a la hora construir una teoría explicativa del fenómeno turístico. En Neil Leiper (1979) el sistema turístico posee tres componentes bien definidos: *los turistas*, quienes ponen en funcionamiento con sus prácticas a toda la maquinaria turística; *los elementos geográficos*, de las cuales pueden distinguirse la región emisora, de tránsito y receptora, y por último *la industria turística* propiamente dicha, que se compone de toda una gama de negocios y empresas que operan en la dinámica del mercado. Para este autor, cada parte del modelo interactúa con el resto estableciendo una red de transacciones (LEIPER, 1979). Por el contrario, para Molina (1986) el turismo se articula por medio de un conjunto de subsistemas relacionados a un objetivo conjunto. Según el modelo de Molina, el sistema turístico se compone de: En primer lugar, a) *una superestructura*, formada por leyes, normas y reglamentos, b) *una demanda*, representada por los turistas c) *infraestructura*, cuya función dar soporte y permitir la comunicación entre las partes, como por ejemplo puede ser carreteras, aeropuertos etc, d) *atractivos*, que los clasifica como naturales o culturales e) *equipamiento*, vinculado a hoteles, agencias de viaje y otras empresas f) *una comunidad o grupo receptor*, que hace referencia a los residentes del lugar (MOLINA, 1986). Básicamente,

el sistema turístico posee un foco emisor, o también llamado demanda; ciertos subsistemas de transporte por los cuales se hace efectivo el desplazamiento, y un foco receptor (u oferta) que consisten en un conjunto de equipamientos para satisfacer las necesidades de alojamiento. (CALIZZO-SONEIRO, 1991:18). Por su parte Gunn y Var (2002) definen al sistema turístico en la convergencia entre oferta y demanda. Entre los indicadores que denotan o forman la oferta están el transporte, los atractivos, la información, los servicios y la promoción. Por su parte la demanda, se constituye en base a recursos naturales, capital humano y financiero, políticas públicas y organizaciones.

Una de los intentos sistémicos más importantes en la actualidad se lo debemos a la socióloga mexicana Maribel Osorio-García para quien el sistema turístico debe ser comprendido como un conjunto de componentes intercomunicados "autopoieticamente"; en otras palabras como un sistema cerrado. A su vez, también los sistemas no se distinguen por su límite sino por su complejidad. Dos sistemas pueden interactuar en diferentes dimensiones del mismo entorno (OSORIO-GARCIA, 2004; 2007). A primera vista, parece que el principal elemento para estudiar al turismo como sistema es el motivo del viaje. Según un interesante estudio comparativo, los investigadores Gil-Moreno y Quintana-Aguiar (2006) fundamentan que en los *clientes ejecutivos* predomina una tendencia racional con arreglo al control mientras que los *clientes vacacionales* demuestran una motivación orientada a lo emocional. Otros autores, focalizando (también) en los hombres de negocios, señalan a la reputación, el prestigio, amabilidad en la atención y la seguridad como los principales aspectos a la hora de escoger el alojamiento (GEE, 1994; ROWE, 1996; REVILLA y BERNARD, 1998). Precisamente, uno de los problemas del sistema turístico como teoría es su incapacidad para explicar si existe una jerarquía e importancia entre sus diferentes componentes.

Un grupo de investigadores brasileros concluyó que la renta (sueldo) es el elemento más sensible en la demanda turística; sin embargo también se destacan otros tales como seguridad, relación costo y beneficio, y proximidad geográfica entre centros receptores y emisores (CRUZ, ROLLIM y VEMPRE, 2007, p.458). Sin embargo, existen otros elementos que no deben ser dejados de lado en el estudio del problema entre ellos: objetivo del viaje, importancia para el turista, tiempo de permanencia, estructura de gastos, época del viaje, tipo de alojamiento, medio de transporte, forma de viajar, servicio de agentes de viaje utilizados, tipo de turismo (receptivo o emisivo) (NIEFFER, 2005). Viajar puede ser comprendido como un proceso de resignificación temporal; o como sostiene Susana Gastal "*viajar es un proceso al cual una vez sometidos, se debe salir como personas mejores*" (GASTAL, 2006). En cierta forma, el viaje organiza y estructura a gran parte del sistema turístico. Al respecto, Netto-Pannosso advierte "*la infraestructura, la región del destino, los demás aspectos del turismo sólo son abordados por el turismo porque el ser humano decidió emprender un viaje*" (NETTO-PANNOSSO, 2006).

En los países anglosajones, a diferencia de Francia, el turismo es considerado desde la perspectiva del producto, es decir, el destino. Esta visión lleva a suponer que el turismo puede reconstruirse como fenómeno por medio de los diferentes elementos que hacen a la oferta y al mercado como ser hoteles, excursiones, alimentación, diversión nocturna etc. C. Petr y N. Gueguen (2006) advierten sobre la necesidad de cambiar el prisma epistemológico utilizado para estudiar la relación entre el viaje, el proceso racional de decisión y el turismo. Los autores niegan que el ingreso sea la única variable que impacta en la decisión de desplazarse. Tampoco la evaluación racional de los peligros o riesgos se corresponde como la variable unívoca que determina la demanda de viajes. El turismo guarda una naturaleza ambivalente con la sociedad que lo cobija. Ya sea "vector" de expresión donde se ve reflejada la cultura o impulso individual de revitalización, el turismo abre la puerta para el consumo creando una paradoja particular. Si el ser-turistas (being-tourist) necesita de la evasión como forma reconstitutiva de su esencia, estamos autorizados a decir que existe un componente a-social. Particularmente, concluyen Petr y Gueguen (2006), el turismo debe ser comprendido como una práctica movida por el consumo pero cuya función principal es la "ensoñación" y la creación de representaciones que ayudan a reconfirmar la identidad. Observamos aquí la importancia del componente onírico (sueño) en toda la escuela Francesa de sociología del turismo; tema que será abordado en la secciones próximas.

Por otra parte, es importante señalar que el viaje debería ser considerado un conectivo intra-sistémico y temporal. En efecto, M. Osorio-García sostiene que el turismo es una construcción de varios subsistemas comunicados en forma auto-referencial. El viaje (y derivado de éste el viaje de placer) toma el papel de comunicador conectando los diferentes componentes que hacen al sistema turístico (OSORIO-GARCIA, 2004; 2007). Aun cuando la perspectiva sistémica explique gran parte del sistema turístico su paradigma ha, por alguna razón, trivializado el rol de la historia como herramienta de comprensión. Asimismo, los gripos étnicos no occidentales, fueron codificados bajo una nueva forma de turismo a ser preservado, el turismo cultural. Lamentablemente, una vez más como afirma Escalona-Muñoz (2011), el paradigma mercantilista no ha comprendido el valor de la alteridad para comprender el fenómeno turístico. Desde los aymarás del altiplano, hasta los antiguos germanos, o iberos, todos los grupos humanos han elaborado sus propias construcciones para denotar su proceso de territorialización y las fronteras de su dominio. Asimismo, todos ellos han practicado de alguna u otra forma el turismo en sus sociedades. En tanto que forma codificada de reciprocidad, la hospitalidad y el turismo han sido instituciones arcaicas presentes en todos los tiempos de la humanidad. Comprender estas formas diferentes (pero a la vez tan semejantes) de hacer turismo es a la vez una manera de comprender nuestra propia práctica. En consecuencia, destacamos la necesidad de establecer una cross-cultural research (investigación inter-cultural) como forma metodológica nueva que permita llegar a un modelo realmente comprensivo del turismo como fenómeno social total (BARRETTO, 2010).

F. Darbellay y M Stock proponen un modelo conceptual para comprender porque ha fracasado el paradigma sistémico a pesar de los voluminosos y buenos trabajos sobre turismo. El primer problema se suscita cuando se intenta definir al turismo como un aspecto "auto-organizado" y cerrado y autónomo de la vida social en general. Este paradigma ayudó a los sistémicos originales a inferir reglas generales que fueran observables y claro está comparables. Pero el turismo engendraba la posibilidad de establecer una relación con "otros" cuyas prácticas no correspondían con las sociedades de origen. En parte, la incompreensión del otro como normativamente subordinado a la razón occidental, llevó a los primeros estudiosos a pensar al turismo como un ente único. La episteme del turismo, sin embargo, adhieren los autores sufrió diferentes mutaciones que fueron desde una postura holística, pasando por una más especializada y fragmentada, hasta una multi-disciplinar. Fue precisamente la multidisciplinariedad en donde cada disciplina tomaba al turismo como objeto sin diálogo, lo que no permitió su maduración como sistema de conocimientos autónomo. El objeto debería haber conseguido una inter-disciplinariedad donde hubiera co-producción de conocimientos (Darbellay y Stock, 2012). No obstante, el desarrollo de los autores cae en dos problemas que no puede resolver. El problema de la construcción del otro va ligado directamente a la hospitalidad y a la relación del ocio con los sistemas políticos. Segundo, no es por una cuestión de forma que las disciplinas no dialogan sino por el grado de explicabilidad del fenómeno que ha desarrollado el turismo frente a otras disciplinas. Jafar Jafari equivocó su pensamiento cuando sugirió que la maduración del turismo estaba supeditada a la cantidad de tesis, congresos, libros o journal en la materia. Los historiadores de la Ciencia saben que eso no define in facto esse a una disciplina. Es necesario, por otro lado, comprender que los negocios se encuentran anclados en la necesidad de generar una necesidad para el consumo, mientras la ciencia evita la comercialización de las necesidades y las satisfacciones. Mientras para el negocio hay un tiempo en donde se deben concretar las tareas, un trabajo científico no tiene límites temporales. El turismo en tanto actividad nacida de los negocios, comercial y estereotipada al "hedonismo" confiere en sus propios paradigmas actuales necesidades de protección específicas. Estas cuestiones fueron muy abordadas por el marketing y el Management que impusieron formas fijas de pensar el turismo orientado al negocio o mejor dicho al destino. En tanto que "todo-orgánico" el destino explicaría muchas de las dinámicas del turismo. En consecuencia, los estudios que desde el 50 hasta hoy han caracterizado la episteme de la disciplina, tienen un fuerte componente que lo vincula a la organización. Sus contenidos están, por desgracia, más enfocados a proteger y asilar aquellas fallas que perjudican al destino (unidad-negocio) que a comprender la complejidad de los fenómenos. Sus hallazgos se encuentran basados en estudios pseudo-científicos no porque fueran más o menos falsables, sino porque infieren en "explicaciones de segundo orden" y evitan formular explicaciones de primer orden. Las primeras se refieren a las posibilidades descriptivas que se dan en un escenario entre diferentes variables. Este tipo de explicaciones son funcionales a estudios de "mercado" donde el objetivo es precisamente relevar la necesidad del consumidor. Que el 80% de una muestra de estudiantes (N=300) prefiera Disney-World en Francia y no en

Estados Unidos" habla de una situación y no de una explicación de primer orden. Ahora bien, que los encuestados perciban a Estados Unidos como un lugar inseguro luego del atentado del 11 de Septiembre dada la relación y exposición de cada uno de ellos a los medios masivos de comunicación, evidencia otra situación. Tercero y más importante, los supuestos epistemólogos en turismo confunden el método con "la herramienta de recolección de datos". Una etnografía es algo más que una simple entrevista, y no es necesario transcribir literalmente kilos de datos para denotar objetividad científica. Simplemente, se puede hacer, buena etnografía "observando" sin hablar con nadie. Todos estos errores combinados hacen que los científicos sociales denosten a los turismólogos por carencias importantes en cuestiones de método. La situación inversa, también es común, que muchos y muy buenos trabajos antropológicos y sociológicos sean rechazados en revistas de turismo porque desafían las reglas básicas del Management y sus paradigmas sobre la hospitalidad, el desarrollo, el producto etc.

Por último, la pregunta sobre porqué a pesar de su auge fracasa el paradigma sistémico, no tiene que ver con la dirección de los estudios sino por su falta de conexión con el sistema social. La mayoría de los estudiosos sistémicos en turismo, no son sociólogos y sólo trabajaron el paradigma desde una perspectiva comercial la cual explicaba muy bien el funcionamiento de la actividad turística pero no su conexión con otros subsistemas como el económico, religioso o político. En resumen, pocos se han adentrado en la relación entre el turismo y la sociedad. Por ser el turismo una construcción derivada del sistema social, no se lo puede comprender por fuera, ni desconectado de otros componentes. Este nuevo modelo intentará no solo saldar esa brecha sino que será explicado en detalle a continuación.

Turismo, Ocio y Sistema Onírico

La seriedad del turismo ha sido ampliamente cuestionada por varias disciplinas clásicas. Es ello precisamente lo que S. L. Smith (2011) describe en su trabajo "becoming a tourism Scholar" cuando muestra las dificultades que los principales exponentes de la geografía del turismo han sufrido para reivindicar la seriedad de su disciplina. Particularmente, desinteresados por los programas clásicos de la geografía, vieron en el turismo un nuevo campo de investigación académica pero sin el apoyo de sus pares quienes consideraban al turismo como una disciplina poco seria. Esta especie de migración de pensamiento los llevó a encontrar varios obstáculos en sus respectivos programas de investigación. Tal vez el problema, que Smith no plantea es la falta de un objeto claro por parte del turismo para consolidarse como disciplina específica. Si el estudio del territorio es la base sustancial de la geografía como Ciencia, la hospitalidad es al turismo. En otras palabras, *el turismo es la ciencia de la "hospitalidad" comprendida ésta última como una institución milenaria cuyas raíces psico-sociales se remontan a lo que los primeros antropólogos llamaron principio de "solidaridad" o "reciprocidad"*.

Siguiendo este argumento, se nos enseña que existe un derecho inalienable a viajar y a ser bien recibidos (GOGIA, 2006), sin embargo esta realidad está culturalmente y hegemoníamente construida. En ocasiones, no todas las culturas han comprendido la hospitalidad como las culturas occidentales. De hecho la hospitalidad, derivada del término *hospitium*, es una construcción puramente indo-aria europea cuyas raíces y alcances hablan de una sociedad de guerreros. La hospitalidad en la antigua Europa era un sistema complejo de relaciones y solidaridades cuyas obligaciones, entre las tribus, versaban en a) darse protección y tejer alianzas en caso de guerra, y b) recibir y darles asistencia a todos los viajeros provenientes de comarcas amigas o que habían suscrito al pacto de no agresión. (KORSTANJE, 2010). En este sentido, la mayoría de las tribus europeas celebraban la hospitalidad para afianzar su sistema de defensa (D`ORS, 1953). El viaje como forma de conquista nació, entonces, en este principio inalienable de hospitalidad. Muchos siglos después de la caída de Roma (476 DC), el imperio español se proclamó "heredero de *ius-possidetis*" latino; aunque el Papa Alejandro VI había conferido autoridad a España y Portugal sobre América, existían trabas conceptuales y académicas para que los españoles se pudieran apropiarse de las tierras americanas; precisamente como criticaban los filósofos franceses e ingleses, los nativos no comulgaban con la religión católica. Estas trabas se desvanecieron cuando los eruditos escolásticos se dieron cuenta que los nativos no conocían el principio de hospitalidad y libre tránsito como los españoles. Esta curiosa anécdota pasó pronto a consolidarse como una formidable arma de colonización y expropiación territorial. Desde el momento en que los indígenas se resistían a dejar pasar a los viajeros en tránsito por sus territorios, ello era una evidencia irrefutable de su sub-humanidad. La falta de su conocimiento sobre la hospitalidad, y el derecho natural los hacía semejantes a los animales. Pues dadas las condiciones académicas, el paso a la expropiación real fue sólo cuestión de tiempo (PAGDEN, 1997). La manipulación ideológica del principio *ius-peregrinandis* sentó las bases para la conquista de América. Una vez establecidos los españoles, el relevamiento topográfico quedó a cargo de los funcionarios de la Corona. El primer elemento que define el turismo, es la *creación de hospitalidad* como un proceso antropológico de relación y reciprocidad ante el endo y para con un exo-grupo. No obstante, este proceso no deja de ser ni económico ni mucho menos político. Las tierras expropiadas son trabajadas y sus recursos extraídos a las grandes metrópolis imperiales para ser nuevamente insertas en las colonias en forma de ocio-consumado y productos que denotan estatus y estilos de vida propios de la civilización dominante. A este complejo proceso lo denominamos, *pre-turístico*.

Por otro lado, el turismo en tanto práctica es parte inherente al subsistema del ocio (en donde entran otras instituciones y actividades como la lectura, las películas, espectáculos deportivos, el teatro, etc). Una de las cuestiones más importantes del ocio es mantener equilibrado al sistema societario. Como bien explicaran Elías y Dunning (1998), el ocio fundamenta las bases no solo para el trabajo sino para socializar a los diferentes individuos en los diversos aspectos culturales y valores que son importantes para la sociedad. Inicialmente,

autores como S. Freud o K. Jung se habían preocupado por definir lo onírico como un mecanismo regulador psíquico y biológico asociado al sueño. Para ambos autores, el sueño representaba la actividad del inconsciente producidos por la libido cuya característica principal es compensar al sistema psíquico las diferentes frustraciones experimentadas en la vigilia (FREUD, 2000). Por medio del cumplimiento del deseo, reprimido, el sueño combina y articula niveles de pensamiento en un todo coherente. Por el contrario, para Jung, el sueño debe decodificarse como un mensaje cuya representación apela a nuestro propio "auto-conocimiento". A diferencia de Freud, Jung sostiene que el sueño debe ser comprendido como algo más que una simple derivación de la represión del deseo o del miedo, los sueños trabajan bajo el principio de fantasía evocando a "verdades inapelables" que el sujeto desconoce o no ha registrado en la vigilia (Jung, 1999). ¿Implica ello que el turismo es una industria de la fantasía?. El turismo, dentro o fuera del ámbito vacacional, es definido por medio de un *proceso de onirización*, que sucede al preturístico.

Según nuestra perspectiva, el subsistema onírico de la sociedad posee dos funciones, a) distensión y b) re-acomodamiento. Mientras el primero tiende a reducir el conflicto evitando o aflojando los lazos sociales que mantienen unida a la sociedad llevando al sujeto al individualismo (o al yo quiero), el segundo, se refiere a una dinámica normativa en donde el sujeto vuelve a insertarse en un rol que lo define. Ese rol, que confiere cierta identidad al sujeto, persigue procesos cíclicos. A diferencia de lo que sostenían Turner y Cohen, un vacacionista no cambia ni estatus ni rol por vacacionar en determinado destino (KORSTANJE, 2009b). La función del sistema onírico es preservar los diferentes componentes de la sociedad, su sistema político y productivo evitando el cambio social (principio de restauración). La formación del sistema onírico a su vez descansa sobre tres pilares principales. La primera es la *escasez* sin la cual no podría operar. Las diferentes relaciones entre los actores llevan a situaciones de deprivación cotidianas y hasta frustración simbólica. Para evitar que los miembros abandonen completamente al grupo (límites) como se observa en el caso de la migración, el sistema onírico retorna a los sujetos "un motivo" para pertenecer al grupo, "un lema" por el cual pertenecer es necesario y valedero. El segundo elemento importante es la *extraordinariedad* la cual evoca la línea fundadora de los primeros héroes. El subsistema onírico (como los sueños) permite en su narrativa que el sujeto pueda hacer cosas o inclinarse a prácticas que en su vida cotidiana (vigilia) están vedadas. Es importante mencionar que en un film, espectáculo deportivo, o evento, el sujeto experimenta una especie de catarsis con su héroe ejemplar quien está destinado a mediar entre los hombres y los dioses. Por último, *la predestinación* da a la sociedad ejemplos concretos por medio de los cuales su seguridad ontológica podría resquebrajarse o estar en peligro. El subsistema onírico, por medio de lo lúdico en el sentido de Huizinga (1968), y la competencia agonal, redefine los límites de la incertidumbre generando narrativas ejemplares por medio de las cuales los sujetos deben anticiparse al accidente. La distracción o el entretenimiento adquieren en este sentido, un tono aleccionador por el cual, el sufrimiento del otro (noticieros, películas de terror, de desastres

naturales, juegos interactivos, incluso museos dedicados recordad prácticas genocidas) implica un reforzamiento en la propia percepción de seguridad (BRUNER, 1996; STONE, 2011; DANN y SEATON, 2001; TARLOW, 2005; BLASI, 2002). La predestinación y relatos fabulados del desastre cumplen un rol importante en casos de emergencia ya que dan a los sujetos guías morales específicas para sobrevivir. De todos modos, como veremos a continuación el subsistema onírico no funciona sólo sino en acoplamiento con otros cuatro subsistemas, tan o más importantes que él. Cómo cada ruptura está condenada a reajustarse, así el sistema onírico se encuentra determinado por los conflictos suscitados por el devenir humano (historia), sus expectativas, frustraciones y contradicciones.

La sociedad se compone de 5 sub-sistemas interconectados entre sí: *político* (acumula y dispersa poder), *económico* (regula la escasez), *mítico-religioso* (explica las incongruencias cosmogónicas por medio de la búsqueda de conocimiento), *geográfico* (mantiene la identidad, la seguridad y regula la permisividad de las fronteras) y *onírico* (absorbe las tensiones y conflictos generados por los otros cuatro subsistemas, y los sublima en forma de discurso unificado y hegemónico el cual nadie pone en duda). El ocio, precisamente, es parte del subsistema onírico y a la vez el turismo es una de las tantas formas de ocio pero su poder es aún mayor genera un discurso regulador de las voluntades individuales. Por ejemplo, nadie cuestionaría la movilidad de las sociedades occidentales como un derecho adquirido por medio de la fuerza y la expropiación; la movilidad como valor supremo cultural de Occidente se transmite a los niños en los diferentes canales de socialización desde pequeños y en las vacaciones (como espacio sagrado dado para la práctica del turismo) con fines de reproducción económica, e intereses políticos específicos. Asimismo, el subsistema geográfico juega un rol más que importante en la fijación de circuitos o canales donde viajar para recrearse se torna seguro o inseguro. El entretenimiento, propio de todo viaje el cual alterna distensión con riesgo contenido y moderado, es la base del turismo como fenómeno total y aplicable a todas las culturas del planeta (ELIAS y DUNNING, 1998).

Volviendo al tema de la conquista, cuando existen inconsistencias ya sea generadas por el propio sistema o por un sistema o sociedad externo (es decir por un encuentro entre dos etnias), el ocio y el turismo no solo seguirán al discurso de la sociedad dominante, y con él al subsistema político, sino crearán una cosmovisión (gaze) con el poder simbólico suficiente para justificar el acto de expropiación. Cuando el sistema onírico no puede regular las bases de la homeostasis del sistema, deviene el cambio social. Por otro lado, el subsistema mito-religioso (donde entran aquellos sectores preservadores del saber como sacerdotes, científicos y periodistas entre otros) necesita de una fábula o historia para darle sentido al mundo y a los eventos que en él se suceden. La mito-poiesis, o proceso de construcción mitológica, funda los valores culturales que van a dar sustento a la sociedad y alrededor de los cuales se van a crear los diferentes ritos, héroes y prácticas culturales. El vínculo entre el subsistema mito-religioso y el onírico es de una elevada complejidad. Valores culturales que se presentan como

incuestionables, a saber el descanso, la movilidad, el retorno, son esencialmente transmitidos por medio de los mitos de origen (génesis) y observables en las diferentes doctrinas religiosas del mundo. El viaje temporal por lo tanto requiere de una dislocación psíquica del viajero quien experimenta (en su fantasía) la necesidad de un cambio fabulado (dislocación identitaria) y posterior retorno a su matriz de origen.

Las Tres Fases de la Ciencia

Si bien existen significativos y numerosos tratados de epistemología, a raíz de no confundir al lector, discutiremos en esta sección las posiciones centrales que hacen al método científico. Esa ha sido, sin lugar a dudas, una de las fallas más representativas de Jafari cuando elaboró su tesis sobre "la científicización". En parte este error grave se debe a que no ha tomado en cuenta la evolución histórica de las diferentes ciencias como así tampoco su vinculación a los sistemas económicos desde donde esas disciplinas nacían.

Cuando alguien habla de método científico, se imagina a una persona en un laboratorio con tubos de ensayos y fórmulas químicas. No obstante, el pensamiento científico se determina por medio de tres pilares básicos, a) la inferencia de leyes, b) la replicabilidad de la información y c) la explicación de fenómenos. Siguiendo este razonamiento, se puede agregar que el método científico busca siempre la aplicación de conocimiento acumulado que la posibilidad de poder inferir leyes de universalidad que expliquen la correlación entre variables. Acto seguido, sus fuentes o procesos deben estar debidamente documentados y una vez retomados por otro investigador debe ser fácilmente replicable en sus resultados. Por último, por medio de la observación la ciencia permite comprender y explicar la variabilidad y la conexión entre las variables que hacen al problema. Por ese motivo, toda investigación científica nace de una pregunta, que su posterior desarrollo (método) intentará responder (conclusión).

Por desgracia, durante mucho tiempo, los positivistas desconociendo a las contribuciones de la Escuela de Viena, introdujeron la relatividad en la forma de evaluación de los resultados. De esta manera, lo científico no se determinaba por el método sino por la falsabilidad de sus resultados. Ello sugiere una inversión en la forma de producción de conocimiento en donde el resultado comienza a ser más importante que los pasos intermedios. Como resultado de esta confusión epistemológica, muchos científicos cayeron en una relatividad conceptual que los ha llevado a un gran estado de fragmentación colectiva. Ya la forma de investigación deja el paso al surgimiento del subjetivismo metodológico, lo cual se vincula a la situación y política que facilita la consolidación de la modernidad como estilo general de vida.

En este contexto, cabe aclarar que toda ciencia reposa sobre dos formas diferentes de generar conocimiento (de responder a esas preguntas iniciales). La primera es denominada como "Estado 1" y se caracteriza por el aislamiento de aquellas variables que se estudia, generalmente en laboratorios, donde se busca aprender sobre las leyes que rigen el universo. La física, son algunas de las Ciencias que se rigen bajo un principio de observación directa. El ambiente, en este tipo de situaciones, se encuentra totalmente controlado. La situación apela a que el científico siempre experimente en tiempo presente para luego hacer inferencias a futuro. No obstante, el "Estado 2 de la Ciencia" amerita una consideración totalmente diferente. Bajo ciertas circunstancias, el grado de replicabilidad no puede ser aislado en un espacio y tiempo determinados, y el investigador debe "reconstruir" desde el pasado las causas del problema. En este tipo de clasificación entran las llamadas "ciencias sociales" que van desde la psicología hasta la sociología etc. A medida que el capital comienza a expandirse quebrando las nociones de tiempo (meridiano) y espacio (globalización), el conocimiento comienza a ser producido por una cantidad de innumerables centros con escasa conexión entre sí. Sus resultados son dispersos hasta el punto que no existe diálogo entre las diferentes escuelas. Precisamente, las disciplinas más duras acusan a estas nuevas de no estar habilitadas para poder inferir leyes, y ese se convierte en el criterio discursivo de rechazo más visible. Dadas las reglas generales de la ciencia, es de notorio interés saber que su evolución histórica ha sido diferente a lo largo de los años. Podemos explicar nuestro modelo de las "tres fases de la Ciencia" de la siguiente forma:

Desde la antigüedad hasta el fin de la edad media, el hombre se interesó por aquellas cuestiones que hacían a la relación del hombre y su ciudad con el entorno. Su economía era puramente de subsistencia vinculada a la ganadería y la agricultura primarias. Existía un apego importante del hombre a su territorio y a su linaje ya que no existía el trabajo rentado como hoy lo conocemos, es decir la posibilidad de una persona de elegir a donde, bajo cual paga y para quien trabajar. Las disciplinas que regían la vida de los hombres eran la filosofía, la astrología, la medicina, y astronomía entre otras. A esta fase se la denomina "*producción primaria del conocimiento*". Deviene, inmediatamente a la edad media tardía, una segunda fase, a la que denominaremos "*producción secundaria del conocimiento*" en donde las revoluciones industriales y Cromwelliana han dejado su huella. El trabajo y la relación del hombre con su linaje comienzan a desdibujarse debido a la necesidad construida y consensuada de vender la fuerza de trabajo según las condiciones del contexto. El hombre poco a poco deja de estar sujeto a su Dios, su ciudad, su maestro para comenzar la aventura capitalista basada en la especulación, el control de resultados y el cálculo. En este proceso, nacen nuevas disciplinas (que van desde el siglo XIX hasta mediados del XX) como la psicología, la antropología, la geología, la sociología etc. Estas nuevas disciplinas están totalmente orientadas al estudio del hombre, pero simplemente no buscando cuestiones abstractas universales, sino particulares con énfasis en el trabajo industrial, la pobreza, el desarrollo etc. Las "ciencias sociales" entran en conflicto con las disciplinas ya establecidas, la

sociología es repudiada por la filosofía y la psicología hace lo propio con la psiquiatría (medicina) entre otros ejemplos que se pueden mencionar. Sin lugar a dudas, lo que se comienza a observar (inevitablemente) es una fragmentación sostenida en la forma de generar e interpretar el conocimiento. Estas formas de producción científica no pueden ser estudiadas fuera de lo que representa la estandarización del aparato productivo moderno. La estandarización sistémica (es decir la posibilidad de acumulación de datos comparados que todos los positivistas defendían) era directamente proporcional a la fabricación de productos en serie. La sociedad y el comportamiento humano comienzan a ser considerados como un todo sistémico en donde existen inputs, procesos y outputs los cuales indefinidamente se retroalimentan con otros sistemas. La interacción social es la base conceptual de las cuestiones que pretenden estudiar estas nuevas ciencias. Sin embargo, la situación cambia radicalmente hacia fines del siglo XX, para ser más exactos para 1970 cuando los países capitalistas se dan cuenta que no pueden garantizar la producción en serie en forma sostenida. Ello se debe a las serias condiciones energéticas generadas por la guerra árabe-israelí en donde las industrias deben introducir un nuevo concepto de consumo para que el capital, nacido de la revolución industrial pueda virtualizarse. Ya no parecía ser tan importante la producción de capital para la compra de mercancía como explicaban los postulados marxianos, sino que, al contrario, la mercancía servía como condición para producir y acumular dinero en forma generalizada. La forma de relación clásica es reemplazada por mediadores simbólicos como el dinero generando un solipsismo total en las maneras de generar experiencias en cada sujeto. A este estadio tercero, lo llamaremos "*etapa fragmentada de conocimiento*" en donde las nuevas disciplinas (la comunicación, el periodismo, el turismo, la gastronomía, el Management, la publicidad etc) comienzan a ganar terreno frente a otras disciplinas pertenecientes a la segunda camada. Debido a que dos de las mayores características de la posmodernidad han sido la fragmentación social y la subjetividad, estas nuevas formas del saber tienen una gran orientación al consumo y a lo estético. Estos nuevos valores de la sociedad, son repelidos y rechazados por las ciencias ya establecidas que nacen en la etapa segunda. La sociología y la antropología, sin ir más lejos, tildarán al turismo de una ciencia poco fundada en razones serias de estudio, acusaciones que ellas mismas ya habían recibido de sus antecesores. Para poder resumir este modelo y lograr una mejor comprensión del fenómeno para el lector, nos hemos permitido sintetizar los puntos principales que distinguen a las ciencias del tercer estadio son las siguientes:

- 1) Son disciplinas que se vinculan a crear necesidades para imponer una explicación.
- 2) Intentan considerar la realidad social como un producto.
- 3) Siguen parámetros similares a la ingeniería del mercadeo.
- 4) Sus consideraciones y hallazgos son aislados y no pueden integrarse en un todo coherente.
- 5) Manifiestan una gran fragmentación o carecen de una academia que pueda orientar la investigación.

- 6) La información juega un rol importante en su forma de construcción discursiva pero no está integrada.
- 7) Apelan a la multi-disciplinariedad pero sus resultados son meras explicaciones de segundo orden.
- 8) Son puramente descriptivas.
- 9) Tienen una gran influencia de la estética
- 10) Focalizan en la experiencia como su principal valuarde pero carecen de una metodología integrada.
- 11) Confunden la forma de recolección de datos que hacen a la técnica con el método.
- 12) Son conocimientos desconectados donde prima la razón y no la búsqueda de la verdad. En otras palabras, definiendo la razón como una forma abstracta de pensamiento, estas nuevas ciencias pueden esbozar principios que no tienen sentido real.

Las nuevas ciencias pos-industriales, son, sobre todo, formas inacabadas que intenta explicar que es lo que corresponde hacer (plan) ante determinados problemas en lugar de reparar en que causa el problema. Están vinculadas a los efectos y no a la causas del comportamiento. Hasta aquí, este reporte ha intentado ser una contribución para aquellos epistemólogos interesados por las cuestiones de ser de la Ciencia turística. Precisamente, Jafari concluyó erróneamente que una disciplina se mide por la producción bibliográfica ignorando las bases esenciales de toda ciencia. Si bien debemos admitir, esta creencia se encuentra hartamente expandida en los diversos trabajos en turismo, debe ser reconsiderada seriamente.

Conclusiones (El Turismo)

El ocio es un aspecto importante del subsistema onírico desde donde se desprende el turismo como fenómeno social. En tanto que viaje -con el objetivo de descanso pero por sobre todo con las características discutidas en la presente sección- estamos en condiciones de definir al turismo como una institución social cuya consolidación comercial fue impuesta por Inglaterra y la revolución industrial en forma de viaje comercializado con arreglo a un retorno dentro de los primeros 6 meses antes de la partida. Empero, esta definición aún sigue siendo insuficiente para deconstruir realmente que es el turismo. En perspectiva, el turismo en tanto que proceso requiere de un desplazamiento físico que responde a la necesidad psicológica de evasión. Esta pulsión da origen a la motivación turística de exploración y novedad aun cuando se contrapone a una segunda tendencia nacida la conservación, "la motivación nativista" sugiere que el sujeto ante un grado elevado de incertidumbre debe regresar a su hogar. La posibilidad de perder algo valioso al viajar o adentrarse a un destino no conocido, exige el retorno de todo viaje turístico (GEORGE, INBAKARAN y POYYAMOLI, 2010). Caso contrario, el turista se transforma en un migrante. La alineación y la opresión permiten el alejamiento pero

la necesidad de lo cotidiano devuelve al sujeto a su comunidad. De este doble juego donde se combinan obligación y exhibición, nace el viaje turístico (WENGE, 2007). Si bien es cierto, que la comercialización o intercambio monetario es una condición para la experiencia turística, no es su determinante natural. El viaje turístico, puede ser o no comercializado; lo cierto, es que el intercambio monetario en el capitalismo tardío ha invadido a todos los subsistemas incluyendo el onírico.

El viaje turístico también debe cumplir con los tres prerequisites de nivelación de la escasez, extraordinariedad, y predestinación cuyo mensaje apunta a que el sujeto sienta el privilegio de pertenecer. El sujeto-turístico, entonces, se siente especial, recopila información antes de viajar, y regula su propia frustración interna. El viaje turístico obedece a un motivo y a un rol que los definen previamente, por lo tanto, existe premeditación en el ser-turista. Desde una perspectiva hermenéutica, muchos autores sugirieron que el turista debe definirse en tanto su rol el cual lo conduce a elegir tal o cual destino como es el caso de Erik Cohen. A diferencia de Urry y MacCannell a quienes éste autor crítica, Cohen sugiere que el viaje es un proceso liminar por el cual el viajero retorna a su hogar con un estatus diferente al de partida; siguiendo esta definición, el turismo sería un "rito de pasaje" (Cohen, 1988). El tratamiento de Cohen al igual que al de Turner tiene un problema fundamental; cuando una persona sale de viaje, su estatus no cambia sino que es reintroducido en el anterior. El souvenir como forma de distinción no evoca el cambio de estatus, sino precisamente todo lo contrario, es prueba suficiente por la cual el viajero debe demostrar "haber estado ahí donde dice que estuvo"; al retornar, el sujeto vuelve a su anterior rol. En consecuencia, el turismo puede ser comprendido como un ritual que obedece a un proceso cíclico de renovación y destrucción para una nueva renovación. La función del viaje turístico, en tanto forma acabada de ocio, es la estabilidad.

Por lo tanto y en resumidas cuentas, el turismo puede ser definido como *un proceso cíclico cuya función es la dislocación identitaria y desplazamiento físico a un espacio ajeno al lugar de residencia o habitual con fines recreativos para una posterior reinserción cumpliendo temporalmente las necesidades psíquicas de evasión, curiosidad y extraordinariedad propias de cualquier forma de ocio*. En tanto que práctica social, el turismo mantiene un mensaje encriptado en su interior cuyo fin es educador y socializador con respecto al resto de la sociedad. El contenido de ese discurso, claro ésta, varía dependiendo el contexto socio-económico y político. El tiempo o espacio en los cuales el turismo como fenómeno transcultural debe llevarse a cabo es una discusión secundaria a su definición. Lo importante, es comprender no solo su evolución y diferentes formas en otras culturas y tiempos, sino su función dentro de un sistema complejo como lo es la sociedad. Por lo tanto, si bien existe un turismo que es hegemónico, impuesto por construcciones culturales de algunos imperios, también existen formas locales de turismos los cuales dialogan o confrontan con esa narrativa impuesta. Comprender la relación entre turismo y sociedad, es explorar las bases de la conquista, el imperialismo y la expropiación territorial. ¿Los azande, navajos, aymará etc acaso

no viajan también por evasión o placer?. Su inmovilidad como productos cosificados ha hecho olvidar a los científicos que existen otras prácticas de turismo no occidental que deben ser estudiadas. En resumen, la historia, la comparación inter-cultural, el análisis exegético de los mitos y la etnografía como viajes simbólicos en donde la mismidad se encuentra con otros para reconocerse; es necesario desarrollar un nuevo método más que eficiente para comprender las propias prácticas sociales con respecto al turismo y/o los turismos. El etnocentrismo lleva a pensar al turismo moderno como la única forma de viajar civilizadamente y es aquí donde se encuentran una serie de definiciones erróneas sobre el turismo. Lo otro no occidental es decir lo aborigen forma parte del turismo cultural o étnico. El paternalismo occidental obliga a tener que proteger formas elaboradas culturalmente que refuerzan el propio etnocentrismo.

Referencias

- ALVAREZ, M. y KORZAY, M. Influence of politics and media in the perception of Turkey as a tourism destination. *Tourism Review*, 63 (2), 2008, pp. 38-46.
- ASCANIO, A. La Globalización del Turismo y la Concentración de su Riqueza. *Pasos Revista de turismo y Patrimonio Cultural*, 4 (2), 2006, pp. 271-277.
- BARBINI, B. Viabilidad Social para el Desarrollo Turístico. *Aportes y Transferencias*, 2 (9), 2005, pp. 149-158
- BARRETTO, M. M. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. *Horizontes Antropológicos*. ano 9, n. 20, p. 15-29. Porto Alegre. Outubro de 2003.
- BARUCCI P. *Tourism: ¿the end of Myth ?*. Firenze, Giunti-Barbera ed. Centro Studi Turistici, 1974.
- BELHASSEN, Y. y CATON, K. Advancing understandings: a linguistic approach to tourism Epistemology. *Annals of Tourism Research*. Vol. 36 (2), 2009, pp. 335-352.
- BARRETTO, M. *Turismo, Reflexividad y Procesos de Hibridación Cultural en América del Sur Austral*. Colección Pasos Edital Nro 4, 2010.
- BERGER, A. *Deconstructing Travel: Cultural Perspective on Tourism*. California, Altamira Press, 2004.
- BLASI, A. J. Visitation to disaster Sites. In W. H Swatos and L. Tomasi (Eds.). *From Medieval Pilgrimage to Religious Tourism*. Westport, Ct. Praeger, 2002, pp. 139-155.
- BORTNOWSKA-MARINHO, K; ALBERTON, A. y VIEIRA-MARINHO, S. Análise das dissertações defendidas no Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí e do Mestrado em Turismo da Universidade Caxias do Sul. Seminario de Associação Nacional Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. 02 al 04 de Octubre 2011, UNIVALI, Brazil.
- BOULLON, R. Planificación del Espacio Turístico. México, Trillas, 1985.
- CASTANO, J. M. *Psicología Social de los Viajes y el Turismo*. Madrid, Thomson Ed, 2005.
- BRUNER, E. "Tourism in Ghana, the representation of Slavery and the Return of the Black Diaspora". *American anthropologist*, 98 (2), pp. 290-304.

- BRUNT, P. y COURTNEY, P. Host Perception of Socio-Cultural Impacts. *Annals of Tourism Research*, 26 (3), 1999, pp. 493-515
- CALIZO-SONEIRO, J *Aproximación a la Geografía del turismo*. Madrid: Editorial Síntesis, 1991
- CICOUREL, A. Notes on the integration of Micro and Macro levels of Analisis. In A. Cicourel y KNORR-CETINA, K. *Advances in Social theory and Methodology: toward an integration of Micro and Macro sociologies*". London, Routledge, 1981.
- COHEN, E. Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 1972, pp. 164-182
- COHEN, E. Traditions in the Qualitative Sociology of Tourism. *Annals of tourism Research*, 15, 1988, pp. 29-46.
- COLES, T. DUVAL, D. y HALL, M. Sobre el Turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura post-disciplinar. *Política y Sociedad*, 42 (1), 2005, pp. 85-99.
- CROMPTON, J. L. Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 1979, pp. 409-424
- CRUZ, M; ROLLIM, F. y VEMPRE, G. Aplicación del modelo de datos en paneles en la identificación de los determinantes del turismo internacional. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16. (4), 2007, pp. 436-463.
- CULLER, J. The Semiotics of Tourism. *American Journal of Semiotics*, Vol. 1, 1981, pp. 127-140
- DANN, G. Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol. 4(4), 1977, pp. 184-194.
- DANN, G. The theoretical State of the State-of-the-Art in the sociology and anthropology of tourism. *Tourism Analysis*. Vol. 10, 2005, pp. 3-15.
- DANN, G, y SEATON, A. *Slavery, Contested Heritage and Thanatourism*. London, Routledge, 2001.
- DARBELLAY, F. Y STOCK, M. Tourism as Complex intersdisciplinary Research Object. *Annals of Tourism Research*. Vol. 39, 1, 2012, PP. 441-458.
- DA SILVA-SANTOS, F. A. y SOARES-MARQUES, A. P. The Importance of the Consumption of Semiotic Sign for the competitiveness of the Tourist destinations. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 2 (2), 2011, pp. 105-113
- De KADT, E. *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?*. México, Editorial Endymion, 1992.
- D`ORS, A. *Epigrafía jurídica de la España romana*. Madrid, 1953
- DOSSO, R. Centralidades Territoriales. *Aportes y Transferencias*, 2 (9), 2005, PP. 12-26.
- DOSSO, R. Recursos urbanos en Centros Bonaerenses. *Aportes y Transferencias*. 2 (9), 2005, pp. 72-94.
- DWYER, L. Destination competitiveness and policy making for poverty reduction. Sustaining Quality of Life through Tourism. June 24-28. Conference VIII, 2008.
- DUMANZEDIER, J. *Toward a Society of Leisure*. Nueva York, Free, 1967.
- ELIAS, N. y DUNNING, E. *Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1992.

ESCALONA-MUNOZ, F. La Visión convencional del Turismo según sus primeros codificadores (los grundisse de Hunziker y Krapf, 1972". *Turydes. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo*, 3 (8), 2011, pp. 1-20

FRANCH, M. et al. 4l tourism (landscape, leisure, learning and limit) responding to new motivations and expectations of tourist to improbé the competitiveness of alpine destination in sustainable way. *Tourism Review*, 63 (1), 2008, pp. 4-14.

FREUD, S. *La interpretación de los sueños*. Edición centenario [1900-2000]. Traducción José Luis López-Ballesteros y de Torres. Madrid, Biblioteca Nueva, 2000.

GASTAL, S Tiempos post-modernos: posibilidades para el turismo. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15. (3), 2006, pp. 270-281.

GEE, C *International Hotels Development and Management*. Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1994.

GEORGE, B, INBAKARAN, R. y POYYAMOLI, G. To Travel or Not to travel: towards understanding the theory of nativistic motivation. *Tourism, an international interdisciplinary Journal*, 58 (4), 2010, pp. 395-407.

GETINO, O. *Turismo: entre el ocio y el negocio*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2002.

GIDDENS, A. *Central Problems in Social theory*. Berkeley, University of California Press, 1979.

GILMORENO, S y QUINTANA-AGUIAR, T. Diagnóstico, tendencias y estrategias de futuro para las agencias de viaje: el caso del sector español. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15. (4), 2006, pp. 327-349

GOGIA, N. Bodies on the Move: the poetics and Politics of Corporeal Mobilities. *Enviroment and Planning* 38(8), 2006, pp. 207-226.

GRABURN, N. H. the Anthropology of Tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol. 10 (1), 1983.

GUNN, C.A. y VAR, T. (2002). *Tourism Planning: basics, Conceptos Cases*. London, Routledge.

HANNAM, K. SHELLER, M. y URRY, J. Mobilities, inmobilities and Moorings. *Mobilities*, 1 (1), 2006, pp. 1-22.

HELPBURN, S. Tourist forms in life Nepal. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 2002, pp. 611-630.

HEYTENS, J. Les Effects du Tourisme Dans les Pays en Vie de Développement. Implications Economiques. Financières et Sociales. Les Cahiers du Tourisme. Centre des Hautes Etudes du Tourisme. Provence, Universidad de Marsella, 1978.

HIGGINBOTHAM, G. Assisted-suicide Tourism: is it tourism?. *Tourismos, an international Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6 (2), 2011, pp. 177-185

HUIZINGA, J. (1968). *Homo Ludens*. Buenos Aires, Emecé, 1968.

JAFARI, J. El Turismo como disciplina científica. *Revista Política y Sociedad*. Volumen 42 (1), 2005, pp. 39-56.

JAFARI, J. y AESER, D. Tourism as a subject of Doctoral Dissertations. *Annals of tourism Research* 15 (1), 1988, pp. 407-429.

JAFARI, J. y PIZAM A. Tourism Management. En M Warner (ed) *International Encyclopedia of Business and Management*. London, Routledge, 1996.

- JIMENEZ-GUZMAN, L. F. *Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social*. Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 1986.
- JUNG, G. *Obra completa*. Madrid: Editorial Trotta, 1999
- KHATCHIKIAN, M. *Historia del Turismo*. Lima, Universidad San Martín de Porres, 2000.
- KLENOSKY, D. The Pull Tourism Destinations: a means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 2002, pp. 385-395
- KNORR-CETINA, K. The Micro Social Order: toward a reconception. In Fielding, *Action and Structure: Research Methods and Social Theory*. London, Sage, 1989, pp. 21-53
- KORSTANJE, M. Aportes de los viajes a las Ciencias Sociales: un relevamiento bibliográfico para un análisis teórico. *Gestión Turística*, Número 8. Universidad Austral de Chile, 2007.
- KORSTANJE, M. Epistemología de la Palabra para las Ciencias del Turismo. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19 (3), 2008, pp. 93-111.
- KORSTANJE, M. Reconsidering the Roots of Event Management: leisure in Ancient Rome. *Event Management Journal*, 13 (3), 2009a, pp. 197-203.
- KORSTANJE, M. Interpretando el Génesis del Descanso: una aproximación a los mitos y rituales del turismo. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (1), 2009b, pp. 99-103.
- KORSTANJE, M. Maccannell em Perspectiva : análise critica sobre a obra El Turista. *RBTUR, Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. Vol. 3 (3), 2009c, pp. 80-111
- KORSTANJE, M. Formas Elementales de la Hospitalidad. *RBTUR, Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 4(2), 2010^a, pp.86-111.
- KORSTANJE, M. Searching the roots of Patrimony and its applicance in tourism fields. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3 (2), 2010b, pp. 30-40.
- KORSTANJE, M. Supremacy of English in Tourism Research. *Anatolia: an International Journal of Tourism and hospitality Research*, 21 (2), 2010c, pp 383-387
- KORSTANJE, M. y BUSBY, G. Understanding the Bible as the roots of physical displacement: the origin of Tourism. *E-Review of Tourism Research*, Vol. 8 (3), 2010, pp. 95-111.
- KROTZ, E. (1988). Viajeros y Antropólogos: aspectos históricos y espitemológicos de la producción de conocimientos. *Nueva Antropología*, Vol. IX (33), 1988, pp. 17-52.
- LASH, S. y URRY, J. *Economías de Signo y Espacio: sobre el capitalismo de la postorganización*. Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1998.
- LEIPER, N The Framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*. 6, 1979, pp.390-407.
- LEVI-STRAUSS, C. *Tristes Tropiques*. Barcelona, Paidós, 1992.
- LEVI-STRAUSS, C *Las Formas Elementales del Parentesco*. Madrid, Paidós, 1991.
- LEVI-STRAUSS, C. *Mito y Significado*. Madrid, Editorial Alianza, 2002.
- LEVI-STRAUSS, C *El Pensamiento Salvaje*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2003.
- MACCANNELL, D. (1988). Turismo e Identidad cultural. En Todorov, Tzvetan. *El Cruzamiento entre culturas*. Madrid, Ediciones Jucar, 1988

- MACCANNELL, D.. *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona, Melusina Ed., 2003
- MACCANNELL, D.. *Lugares de Encuentro Vacío*. Barcelona, Melusina Ed, 2007.
- MANTERO, J. C. Nodalidades Turísticas. *Aportes y Transferencias*, 2 (9), 2005, pp. 49-71.
- MEIRA-MARTONI, R. A Dialectica na Perspectiva do Materialismo historico : un procedimiento Epistemologico para la Leitura do Turismo em sua Essencialidade. VIII Seminario de Assocacao Nacional Pesquisa e Pos-graduacao em Turismo. 02 al 04 de Octubre 2011, UNIVALI, Brazil.
- MENGO, C. Los Volúmenes del Tránsito: antiguos y modernos en el camino del pensar. *En Derroteros del viaje en la cultura: mito, historia y discurso*. Rosario, Pro-Historia Ediciones. Pp. 61-72, 2008.
- MINNAERT, L. MAITLAND, R. AND MILLER, GRAHAM. What is social Tourism?. *Current Issues in Tourism*, 14 (5), 2011, pp. 403-415
- MOLINA, S *Planificación del Turismo*. México, Nuevo tiempo Libre, 1986.
- MONTERRUBIO CORDERO, J. C *Turismo y Cambio Socio-cultural, una perspectiva Conceptual*. Plaza y Valdez y Universidad Autónoma de México, México.
- MUNEE, F. *Psicosociología del Tiempo Libre: un enfoque crítico*. México, Trillas, 1999.
- NADEAU, J. et al. Destination in a country image context. *Annals of Tourism Research*, 35 (1), 2008, pp. 84-106.
- NASH, D. (1981). Tourism as an anthropological Subject. *Current Anthropology*, 22 (5), pp. 461-481.
- NIEFFER, I. A. Segmentación por beneficios de los visitantes de la Isla Superagui: análisis multivariado para la identificación de segmentos del mercado eco-turístico. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15. (3), 2006, pp.197-218.
- NOGUES-PEDREGAL, A. M. Genealogy of troublesome relationship between anthropology and tourism. *Pasos*, 7 (1), 2009, pp. 43-56.
- OSORIO-GARCIA, M. La Complejidad del Turismo. *Ponencia presentada en el VI Congreso Nacional de Investigación Turística*. 22 al 24 Septiembre, 2004.
- OSORIO-GARCIA, M "El carácter social del Turismo: un análisis sistémico sobre su complejidad". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16. (4), 2007, pp. 464-492
- PAGDEN, A. *Señores de Todo el Mundo: ideologías del imperio en España, Inglaterra y Francia (en los siglos XVI, XVII y XVIII)*. Buenos Aires, Editorial Península, 1997.
- PANOSSO-NETTO, A. Filosofía del turismo: una propuesta epistemológica. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16. (4), 2006, pp. 389-402.
- PALMER, C. A. Tourism and Colonialism: the experience of the Bahamas. *Annals of tourism Research*, 21 (4), 1994, pp. 792-811.
- PASTORIZA, E. *La Conquista de Las Vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires, Edhasa, 2011.
- PERNECKY, T. y JAMAL, T. Hermeneutic, phenomenology in tourism Studies. *Annals of Tourism Research*. Vol. 37 (4), 2010, pp. 1055-1075.

- PETR, N. y GUEGUEN, N. Beginner Research on tourism and the Tourist: beware of words and Caricatures!. *Tourism Analysis*. Vol. 11 (4), 2006, pp. 251-264
- PI-SUNYER, O. Percepciones Cambiantes del turismo y de los turistas en un centro turístico catalán". En Smith V. L. (ed) *Anfitriones e Invitados* (pp. 281-300). Madrid, Endymion, 1977.
- PRADO-BIEZMA, J. Viajes con viático y sin viático. *Revista de Filología Románica*. Anejo IV, 2006, pp. 15-29.
- REJOWSKI, M. *Turismo no Percurso do Tempo*. San Pablo, El Aleph, 2002.
- REVILLA, G y BERNARD, A. Análisis de las necesidades y preferencias de la mujer de negocio en relación a la oferta hotelera. *Gestión Turística*. Número 2 (4), 1998, pp. 91-106
- Rowe, M. A Brand is Bom. *Revista Lodging Hospitality*, 1996, Pp. 22-24.
- SANTANA-TALAVERA, A. *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas Culturas?*. Barcelona, Ariel, 2006.
- SANTAYANA, G. Filosofía del viaje" *A Parte Rei*, número 15 (Mayo). 2001. Material disponible en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/page9.html>. Extraído el 05 de Octubre de 2007.
- SESSA, A *El Balance de la Investigación turística con implicaciones sociales en los últimos 25 años: ensayos de turismo*. Bogotá, Bogotana Impresores, 1979.
- SCHLUTER, R. *Turismo: una versión integradora*. Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2008.
- SEGUI-LLINAS, M. Hacia una Ciencia del Turismo: siguiendo los pasos de Georges Cazes. *Aportes y Transferencias*, 2 (10), 2006, pp. 11-16.
- SHARPLEY, R. y SUNDARAM, P. Tourism: a sacred journey?. The case of Ashram, Tourism India. *International Journal of Tourism Research*, 7, 2005, pp. 161-171.
- SILVA-SANTO, L. M. El Quibe en la mesa bahiana: la influencia árabe en la gastronomía de Bahia, Brasil. En *Gastronomía y Turismo: cultura al plato*. Lacanau Gloria y Norrild Juana (coordinadores). Buenos Aires: CIET. Pp. 267-274, 2003.
- SMITH, V. L. (1977). *Anfitriones e Invitados*. Madrid, Endymion, 1977.
- SMITH, S. L. (2011). "Becoming a Tourism Scholar". *Tourism Geographies*, 13 (3), 2011, pp. 480-494.
- STONE, P. Dark Tourism and the cadaveric Carnival, mediating life and death narratives at Gunther Von Hagen 's Body Worlds. *Current Issues in Tourism*. In press, 2011. Pp. 1-17.
- TARLOW, P. Dark Tourism: The appealing dark side of tourism and more. *Niche Tourism, Contemporary Issues Trends and Cases*. Oxford, Elsevier pp. 47-58, 2005.
- TRIBE, J. Tribes, Territories and Networks in the Tourism Academy. *Annals of Tourism Research*. Vol. 37 (1), 2010, pp. 7-33
- TURNBULL, D. R. y UYSAL, M. An Exploratory study of German visitors to the Caribbean: push and pull motivations. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. Vol. 4 (2), 1995, pp. 85-91
- TURNER, L. u ASH J. *La Horda Dorada*. Madrid, Endymion, 1991.
- URRY J. *The Tourist Gaze*. Londres, Sage, 1990.
- URRY, J. *Consuming Places*. Londres, Routledge, 1995.

- URRY J. Introducción, Culturas Móviles. *En Viajes y Geografías*. Zusman, P. Lois, C y Castro H (compiladoras). Buenos Aires, Prometeo, Pp. 17-31, 2007.
- VARGAS-MARTINEZ, E. E.; CASTILLO-NECHAR, M. y VILLAREAL-ZUMBO, L. Turismo y Sustentabilidad: una reflexión epistemológica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 20, 2011, pp. 706-721.
- VEBLEN, T. *La Clase Ociosa*. México, Fondo de Cultura Económica, 1974.
- VITRY, C. Fiesta Nacional de la Pachamama: el ritual de alimentar a la tierra. En *Gastronomía y Turismo: cultura al plato*. Lacanau Gloria y Norrild Juana (coordinadores). Buenos Aires: CIET. Pp. 227-244, 2003.
- WENGE, C. O. Razones para Viajar. *Factótum. Revista de Filosofía*. Número 5. Edición Viajes y Viajeros. Disponible en <http://www.revistafactotum.com/>. Pp. 88-91, 2007.
- WICKENS, E. The sacred and profane- a tourist typology. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 2002, PP. : 834-851.
- WOOD, D. y GRAHAM, S. Permeable Boundaries in the Software-sorted society: surveillance and the differentiation of mobility. En Sheller, M. y Urry, J. *Mobile Technologies of the city*. Londres, Routledge, 2006.
- WU, J; XU, J. y EKIZ, E. Investigating the Push and Pull Motivation of Visiting Domestic Destination in China: a means-end approach. *Journal of China Tourism Research*. Vol. 5(1), 2009, pp. 287-315.
- XIAO, H. y SMITH, S. L. J Knowledge Impact: an appraisal of tourism Scholarship. *Annals of Tourism Research*, 35 (1), 2008, pp. 62-83.