



1331

Ciencia de la hospitalidad
Maximiliano E. Korstanje



Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net

Derechos de autor protegidos. Solo se permite la impresión y copia de este texto para uso personal y/o académico.

Este libro puede obtenerse gratis solamente desde
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1331/index.htm>
Cualquier otra copia de este texto en Internet es ilegal.

CIENCIA DE LA HOSPITALIDAD: UN NUEVO APORTE EPISTEMICO PARA COMPRENDER EL OBJETO DEL TURISMO

El presente libro es un intento desesperado por recuperar las raíces epistemológicas del turismo, en aspectos que van desde la comunicación, la educación hasta fallas metodológicas graves que han hecho colapsar los estudios vigentes. Durante mucho tiempo, los turismólogos han creído que la madurez de una disciplina se determina por la cantidad de trabajos, tesis o investigaciones, o lo que es peor aún si existiesen departamentos que ofrezcan estudios doctorales; esta idea los ha encerrado en su propia miopía. Definido el turismo desde una óptica estrictamente comercial, no solo la investigación estuvo influenciada por disciplinas como el marketing o management moderno, sino que se hizo foco en la perspectiva del turista, como unidad de negocio. En la actualidad, los mismos turismólogos reconocen los problemas del turismo para lograr salir de los paradigmas que no permiten un avance sustancial de la disciplina. En lugar de consensuar las bases epistémicas necesarias para crear un objeto unificado de estudio, la turismología ha recurrido a diversos paradigmas externos provenientes de otras disciplinas. Después de tantos años de trabajos ininterrumpidos, no queda claro aún ni que es el turismo, ni que estudia la turismología. El viaje ha sido comprendido como un commodity propio de una estructura de oferta y demanda. Nuestra perspectiva, por el contrario tiene dos objetivos claros. Primero y más importante, cuestionar los marcos conceptuales vigentes en los estudios de turismo, para luego proveer a los lectores bases sólidas para la construcción de una nueva ciencia del turismo. El libro se encuentra estructurado para resultar ameno a la lectura, aún si el lector no tiene conocimientos antropológicos previos. Definido en términos de proceso cíclico producido por una dislocación identitaria, todo viaje no es determinante del turismo. Tampoco el turismo es una construcción moderna. Durante muchos años, diversas civilizaciones extintas han conducido prácticas muy parecidas al turismo moderno. La confusión radica en creer que el turismo actual sólo se define por sus propios términos, ignorando las etnografías llevadas a cabo en tribus no occidentales. En tanto que institución social, el turismo atraviesa gran parte de las culturas de este planeta, y sólo una ciencia podrá ser posible, si como investigadores podemos comparar todas estas formas diferentes de turismo. ¿Porque llamamos turismo cultural a un viaje a una reserva indígena?, o es que acaso, ¿los indígenas no viajan para distraerse o para ver a los familiares de su clan?. Es aquí, donde el estudio de los mitos antiguos nos enseñan que el turismo ha sido practicado desde antaño, seguramente con otro nombre. Pero sin rumbo fijo, sin metodología ni episteme, articular todas estas formas culturales del turismo en forma de una ciencia ordenada, es una tarea fútil. El turismo es producto de la hospitalidad, no entendida ésta como un negocio hotelero, sino como un pacto inter-tribal de reciprocidad entre las tribus y clanes. Sin hospitalidad, no solo el viaje es imposible, sino que el turismo queda vedado. Por ese motivo, no es errado definir al turismo como, la ciencia de la hospitalidad.

Palabras Claves: Turismo, Hospitalidad, Ciencia, Epistemología, Turismología

INTRODUCCION: El Método

Indudablemente, el turismo es una actividad que ha crecido en los últimos años y que siga creciendo en los venideros. También se torna interesante la tendencia de varias disciplinas y claustros académicos de estudiarlo como un fenómeno específico. Obviamente, cada disciplina construye su objeto de estudio acorde a los “paradigmas” fundacionales de su propia rama. En este sentido, surgen diversas discrepancias a la hora de definir ¿qué es realmente el turismo?. Para la sociología y la antropología el turismo se convierte en una actividad relacional puramente social; por el contrario para la geografía éste adquiere una dimensión territorial espacial de distribución tangible. Los ambientalistas entenderán al turismo como un fenómeno plausible de protección, etc. El punto central de la discusión, es que cada disciplina comprende, analiza y trabaja la noción de turismo bajo un prisma determinado. Esto genera la falta de un consenso en la comunidad científica general sobre el fenómeno y sus implicancias. Nuestro objetivo en el presente libro, es plasmar las diferentes definiciones sobre el turismo que manéjense en la comunidad internacional, para luego establecer los alcances y limitaciones de cada uno. Asimismo, consideramos más que necesario construir una definición académica la cual pueda reflejar lo más exacto posible que es el turismo. Hemos tomado estricto cuidado de escoger aquellas definiciones de los más distinguidos representantes, académicos y estudiosos en el tema; y aunque no hemos podido agrupar a todos por una cuestión de espacio, creemos que la heterogeneidad en sus perspectivas, pueden llevar a buen puerto la presente propuesta. En lo que respecta al estudio del turismo, Jafar Jafari introduce una división en cuatro etapas (plataformas) bien diferenciadas (veremos a lo largo de este trabajo las limitaciones centrales de su tesis). La primera de ellas, *la plataforma apologética* presta su atención en las consecuencias económicas positivas del turismo, tales como la generación de puestos de trabajo y la reactivación de ciertos sectores relegados. En segundo lugar, el autor destaca a *la plataforma precautoria*, como aquella posición que encuentra en el turismo algunos efectos no deseados como la inflación, la especulación territorial, la disgregación social entre otros; la idea parece simple a grandes rasgos, el turismo como actividad implica un costo. En la tercera *plataforma* llamada *adaptativa*, el turismo es estudiado en forma sustentable por medio de políticas reguladas alternativas y selectivas respetando los recursos locales. Por último, la posición *científico-céntrica* sostiene la posibilidad de estudiar el fenómeno desde una perspectiva objetiva acorde a los parámetros científicos occidentales. El objetivo de este enfoque versa en describir y explicar al turismo más que en emitir un juicio sobre sus efectos. Particularmente, cada una de estas plataformas ha contribuido de alguna u otra manera en el estudio del turismo a lo largo de las diferentes épocas (Jafari, 2005).

Lo cierto es que el turismo como disciplina requiere de varios enfoques provenientes de la geografía, la sociología, la antropología, la psicología, la economía etc. En este sentido, la intersección de todas ellas crea un núcleo teórico para el estudio del mismo, ¹seleccionando aquellos postulados o “paradigmas” adaptables y desechables a la realidad propia del fenómeno. En otras palabras, la complejidad del turismo necesita y merece de una perspectiva multidisciplinar. (Mota, 2004) En esta misma línea, *“el turismo es considerado una actividad económica de importancia global, que abarca elementos económicos, sociales, culturales y ambientales. Es uno de los fenómenos más importantes de los últimos tiempos, pues propicia el contacto entre culturas, la experiencia de diferentes situaciones, el paso por diferentes ambientes, y la observación de diferentes paisajes. Esto posibilita la globalización de la cultura”* (Dos Santos y Antonini, 2004).

Al respecto, Fernández Fuster advierte *“con ello llegamos, pues, a la palabra mágica: turismo. ¿Qué es el turismo?, turismo es por una lado, conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por el otro son los fenómenos y relaciones que esta masa produce en consecuencia de sus viajes. Turismo es todo equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transporte, espectáculos, guías, interpretes, etc”* (Fernández Fuster, 1967:28), Existe una dicotomía a la hora de considerar o encuadrar al turismo ya que éste además de ser un hecho social sino que también es una industria de gran magnitud. (Schluter, 2005:10); y particularmente ésta impresión no parece ser un tema menor ya que las dinámicas de los negocios en parte parecerían enfrentadas a las científicas. En efecto, el turismo como fenómeno comercial requiere de definiciones (a las que vamos a llamar) *acumulativas*, mientras que las ciencias (cualesquiera sean) implican o buscan una definición *exhaustiva*. En este sentido, no es difícil encontrar definiciones *acumulativas*, como aquella que esbozara la Organización Mundial de Turismo: *“toda actividad de individuos que viajan y permanece en lugares fuera de su ámbito de residencia por motivos de ocio, negocios u otros propósitos por más de 24 horas pero menos de 1 año”*.

La definición de la O.M.T aunque puede parecer laxa, ha sido y aún sigue siendo utilizada por varios investigadores especializados en estudios de mercado y marketing. Por su parte, Toledo, Álvarez y Pollero comprenden al turismo como una actividad que agrupa empresas e instituciones cuyo fin es posibilitar el desplazamiento de personas de un lugar a otro, por motivos de ocio o negocio. (Toledo, Álvarez y Pollero, 2002). Las relaciones comerciales se establecen bajo ciertos conceptos comunes estableciendo una dinámica de intercambio y sinergia. Consecuentemente, las definiciones surgidas desde esta perspectiva buscan la integración de diversas actividades o fenómenos dentro de uno mismo. Esto si bien, representa una ventaja considerable en lo que es la

1

unificación conceptual del fenómeno, en ocasiones tiene serias dificultades para contemplar las diferencias que encierra la actividad en sí misma. Por el contrario, las disciplinas científicas se esmeran por tener en cuenta estas mediaciones empero (por ese motivo) no logran integrar un consenso en lo que se comprende realmente por turismo. Al no poder establecer ciertas bases conceptuales en lo que se refiere a su objeto, deben recurrir a conceptos prestados de otras disciplinas. En otras palabras podemos afirmar que el turismo como ciencia adolece de una definición consensuada de lo que se comprende por tal. Para gran cantidad de autores, el turismo es una actividad económico-social que implica movimiento y desplazamiento de personas fuera de su residencia inmediata. Como proceso social, éste ha surgido de la lógica legal racional propia del capitalismo a mediados de la década del 50 y de los avances tecnológicos derivados de tal fenómeno. (Munné, 1980) (Acerenza, 1991) (Cooper, 1992) (Brandis y del Río, 1995) (Grunewald, 2003) (Pinto Soares, 2005) (Cioce Sampaio, 2005) (Korstanje, a2007) (Korstanje, 2008). Sin embargo, la primera dificultad aparece a la hora de establecer si el turismo y el viaje son parte del mismo fenómeno. De esta forma, según Pinto Soares, el turismo debe comprenderse como “*un conjunto de elaciones y fenómenos debido a los viajes y a las estadías temporarias de personas que se desplazan por diversos motivos; cuya permanencia en un lugar puede producir y reproducir espacios posibilitando espacios y restricciones*” (Pinto Soares, 2005:274)

Como se puede observar en la definición de Pintos Soares, se toma (de alguna manera) la lógica acumulativa cuando sostiene cierta ambigüedad en el objetivo del viaje (desplazan por diversos motivos); precisamente estos motivos pueden ir desde atención médica hasta satisfacción o placer. Si bien vamos a descartar esta definición ya que es muy abarcativa, he aquí un elemento más que interesante en la definición de la actividad: *el motivo del viaje*. Al respecto Andrade afirma que los viajes de placer son parte integrada y destacada del turismo, implicando tanto actividades propias del desplazamiento como aquellas destinadas a entretener al viajero durante su permanencia. En ambos, se trata de una actividad que se realiza fuera del ámbito residencial (Andrade, 2004).

En su trabajo *principales tendencias en el turismo contemporáneo*, Eric Cohen explica que la actividad adquiere tres características principales que marcan los perfiles de los viajeros, huéspedes y turistas acorde a sus intereses: a) *turismo de distinción*, orientado a individuos de elevado capital cultural quienes buscan en sus viajes experiencias auténticas y extraordinarias; b) *turismo de fantasía*, orientado a un público de bajo capital cultural que encuentra en el consumo homogeneizado un espacio de fantasía y por último c) *turismo extremo*, el cual se vincula a individuos que buscan emoción, excitación y riesgo en sus emprendimientos. (Cohen, 2005:22)

En la actualidad, existe una tendencia a escoger viajes que se relacionen con lo autóctono, la naturaleza, y los ambientes culturales. Como acertadamente señalan Gouvea y Hranaiova “*los viajeros se están interesando cada vez más en ambientes naturales, culturales y de aventuras. Escenarios prístinos. Observación de fauna y oportunidades para el senderismo y el trekking se están haciendo cada día más atractivos para un amplio segmento del mercado de los viajes y el turismo*”. (Gouvea y Hranaiova, 2004:132). Suponer al viaje como un aspecto que define per se al turismo, es a nuestro juicio una idea que requiere ciertas mediaciones (Korstanje, b2007). Otro punto en discusión la supuesta naturaleza “comercial” que algunos de los teóricos de la disciplina le dan al fenómeno. A nuestro modo de entender, el aspecto comercial no solo que no es inherente a la naturaleza del turismo, sino que per se está sujeto a estructuras sociales y temporarias específicas que lo fundamentan. Dicho lo mismo en otros términos, el turismo adquiere un carácter comercial o gratuito acorde a la organización estructural de cada grupo (lo cual a su vez depende de variables endo y exógenas multicausales).

En un trabajo de notable calidad académica, Coles, Duval y Hall señalan que el turismo ha sido estudiado como un fenómeno económico, descuidando precisamente aquellos aspectos no comerciales que lo vinculan más a la migración o a la diáspora como elemento de movilidad geográfica y cultural que a la mercadotecnia: a este tipo lo llaman “turismo diaspórico”, ya que “*la esencia de la movilidad humana descansa en cómo se enlaza con el viaje de placer y con el reconocimiento social*”. (Coles, Duval y Hall, 2005:96). Los debates en turismo adquieren un carácter, en ocasiones frívolo o superficial. El tránsito parece haber adquirido un lugar esencial dentro de la dinámica que conforma al turismo. En este sentido, el trabajo de Tim Coles, David Duval y Michael Hall titulado *Sobre el Turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar*, se conforma como uno de los trabajos más serios que se hayan escrito al momento sobre la significación del mismo como disciplina científica.

El trabajo fue publicado en el año 2005, Volumen 42, número 1 de la prestigiosa revista *Política y Sociedad*, perteneciente a la Universidad Complutense de Madrid. La traducción al español estuvo a cargo y revisión de Rubén Blanco. Los autores, son destacados investigadores y docentes de las Universidades de Exeter, Reino Unido; y la Universidad de Otago en Nueva Zelanda. El artículo comienza describiendo los obstáculos que encuentra el turismo para ser tomado como ciencia y su estereotipación como producto de viaje. “*El Turismo es a menudo caracterizado por las manifestaciones bipolares del viaje humano contemporáneo, en el que de una parte, se le presenta dentro de una investigación basada en las ciencias sociales, por ejemplo, las relaciones invitado-anfitrión, las tipologías de turistas y las motivaciones del viajero. De otra, están aquellos trabajos*

con una fuerte orientación económica y de gestión. Su ámbito son las investigaciones sobre la calidad de la hospitalidad y del esparcimiento, el grado de satisfacción e incluso la mercadotecnia". (ibid: 87)

La tesis de los autores, es que los viajes y el turismo se encuadran (de alguna u otra manera) dentro de un fenómeno similar: el movimiento temporario. Estos hallazgos y comentarios son interesantes ya que coinciden con la corriente de investigación que hemos iniciado en el presente año la cual apunta al origen del viaje como ritual vinculado a un mito fundador (judeo-cristiano) que se basa en el desplazamiento como modo de expiación y regeneración en forma cíclica. (Eliade, 1968) (Eliade, 2006) (Korstanje, d2007). Estos comentarios, nos llevan a distanciarnos notablemente de la posición del profesor, José Dos Santos para quien los rituales adquieren una naturaleza procesal de reformulación constante de estatus. (Dos Santos, 2005) (Korstanje, c2007).

En este sentido, Coles, Duval y Hall sostienen *"nuestra opinión es que los estudios del turismo deben estar dispuestos a adoptar el lenguaje de las movilidades dedicado y enraizado en los individuos por oposición a los turistas"*. (Coles, Duval y Hall, 2005: 87) *... "Bosquejamos cómo conceptos tales como migración, transnacionalismo y diáspora – como formas de movilidad y movimiento transitorio- tienen bastante en común con los asuntos de la producción y consumo en turismo"* (ibid: 88). Los objetivos del trabajo versan en esbozar una vinculación conceptual teórica entre viaje e intenta presentar una tipología seria sobre las diferentes formas de turismo contemporáneo surgidos de la lógica global. Desde esta perspectiva, el turismo se ha transformado hoy en una disciplina que por un lado, toma elementos analíticos de otras mientras que por el otro, también es estudiada por diversas ramas académicas.

Con un excelente manejo de fuentes bibliográficas en la materia, Coles, Duval y Hall apuntan a que el turismo tiene una presencia académica notable en los claustros universitarios, y posee elementos suficientes, a pesar de sus detractores, para ser considerado una disciplina científica. Sin embargo, existe por parte de las ciencias sociales una tendencia a trivializar los alcances de las investigaciones en la materia.

"No obstante, existen otros problemas más pragmáticos que minan el genuino esfuerzo para los Estudios del turismo obtengan la aceptación de disciplina. Por ejemplo, Gustafson (2002) identifica un movimiento antiturismo en las ciencias sociales. Hall habla de una relativa falta de seriedad en las ciencias sociales hasta hace poco en su consideración del fenómeno turístico". (ibid: 89)

El punto es que las barreras impuestas por la propia disciplina son aún débiles y muy permeables. Si bien de un lado o del otro se hacen esfuerzos por construir del turismo un objeto de estudio, no queda claro aún los “paradigmas fundacionales” de la propia disciplina. *“El turismo se ha caracterizado por su flexibilidad al ser abordado tanto por aquellos investigadores interesados en desplazarse a zonas de mayor comodidad en sus ámbitos disciplinares como por aquellos otros que han tratado de aproximarse al turismo por encima de las divisiones disciplinares”* (ibid: 90)

Este hecho no debe ser pasado por alto, ya que presupone una construcción totalmente dispar. En este sentido, podemos afirmar que cada disciplina (acorde a sus propios paradigmas) construye postulados teóricos propios en cuanto al turismo; esto en sí no implica ningún riesgo salvo por la fragmentación que se deriva de ello. No es extraño observar que se habla de una antropología del turismo, una geografía del turismo, una psicología del turismo, todas ellas con su propia definición y sustento del problema. Para Coles, Duval y Hall el turismo es ante todo, un fenómeno que requiere de una movilidad temporal voluntaria; *“a pesar de los avances en la comprensión de la motivación y psicología de los turistas, el turismo en tanto que fenómeno todavía se clasifica y mide a través de datos estadísticos brutos, a menudo como un simple conteo de unidades. Desafortunadamente, la aproximación fracasa en su intento de reconocer al turismo como una suerte de formas de movilidad voluntarias, lo cual supone un escaso solapamiento con otros campos interesados en las movilizaciones, el transporte, el comercio o los movimientos migratorios”*. (ibid: 93)

La geografía ha intentado bajo una nueva perspectiva abordar el tema, desde una óptica que combina movilidad temporal y espacial, representando un número total de viajes sobre interacciones en tiempo y espacio se obtiene un esquema “ideal” en el estudio del problema. Así, el turismo va desde un alojamiento en segunda residencia, hasta un viaje de negocios. Todas estas tipologías, alcanzan de alguna manera una especie de movilidad anclada en espacio y tiempo. Al respecto, los autores sostienen *“de igual modo, la geografía del tiempo examina las formas en las cuales la producción y la reproducción de la vida social depende de sujetos humanos informados trazando caminos rutinizados a lo largo del espacio y a través del tiempo y cumpliendo con proyectos particulares cuyas realizaciones están limitadas por la capacidad de bloqueo mutuo y por las restricciones de su gobierno y combinación”* (ibid: 94). En este sentido, existe una similitud entre la geografía del tiempo y la teoría de la estructuración en Anthony Giddens. La rutinización como práctica legitima el orden estructural y le da sentido a la acción en forma cíclica. Además, se establecen una trama de significados compartidos que fijan específicamente pautas, normas y

costumbres que rigen y guían la actividad. Lo curioso, tal vez, es que el turismo es excluido en el momento en que las geografías del tiempo estaban de moda. *“Por el contra, ahora que el turismo es objeto de una considerable atención académica, las geografías del tiempo y los modelos de interacción espacial prácticamente han desaparecido del interés académico”*. (ibid: 94)

Los aportes del trabajo analizado son varios ya que, por un lado articula las diferentes posiciones sobre un tema que ha desvelado durante mucho tiempo a aquellos que nos hemos dedicado al estudio del turismo: definir hasta que punto éste puede ser considerado una actividad económica o una disciplina científica y establecer el papel del viaje como mecanismo plausible de status y por consiguiente, generador de orden social. En efecto, como los autores lo señalan *“la esencia del la movilidad humana descansa en cómo se enlaza el viaje de placer y el reconocimiento social”* (ibid: 96). Surgen, de esta forma, diferentes representaciones del turismo que lo despojan de ese estereotipo que presupone una actividad exclusivamente reglada por el intercambio comercial. Los autores, nos hablan de turismo “diaspórico”, al cual definen como aquel viaje que se concreta por espacios de tránsito y cuya búsqueda radica en las rutas de los propios antepasados.

Finalmente, Coles, Duval y Hall concluyen que se deben extender los límites conceptuales, temporales y geográficos en los cuales el turismo se desenvuelve, ya que como ellos han demostrado existen en el desplazamiento voluntario diversas formas que relacionan a la migración y a la diáspora; aunque este hecho no haya podido ser observado por la comunidad académica internacional.

“Como hemos tratado de demostrar, algunas formas de turismo presentan fuertes vinculaciones con la migración, el transnacionalismo, y la diáspora, pero en términos generales la comunidad académica centrada en el análisis del turismo no ha podido ver más allá de la naturaleza del turismo orientado por el negocio de la producción, consumo y mercadotecnia” (ibid: 97). Los valores culturales y sociales influyen en movilizaciones que se ubican dentro de una identidad diaspórica que llevan a construir lazos comunes entre grupos humanos. *“Así, pues, defendemos una reconceptualización del turismo contemporáneo que vaya más allá de la exclusividad de pensar en el turismo en forma aislada para sostener que, en algunos casos, las nuevas formas de producción y consumo de turismo son mucho mejor entendidas por la referencia a sus conexiones con otras formas de actividades en el espectro más amplio del movimiento humano. En general, sostendríamos que tales movilizaciones, en tanto que constructo emergente metateórico, ofrecen un medio de unificar los estudios del turismo y de introducirlos en la década venidera.”* (ibid: 98) A nuestro modo de ver, existen diversas definiciones de lo que realmente el turismo es. Cada una de

ellas, obedece a elementos analíticos propios de las disciplinas que se esfuerzan por estudiar. Indudablemente, no existe aún un consenso interdisciplinario que nos permita establecer una definición sostenida de lo que se entiende por turismo. Esta falta de consenso, se convierte en un obstáculo importante para quienes nos dedicamos al estudio del tema, y más aún para aquellos que se esfuerzan por demostrar que el turismo es una disciplina científica.

En esta línea de trabajo, los trabajos de los profesores Coles, Duval y Hall se transforman en verdaderos “faros de luz” para todos aquellos que nos interesamos por un turismo científico e inserto dentro de la Academia de Ciencias. Lo interesante en este sentido es que el viaje (como institución social) parece ser un elemento analítico fundamental, aun cuando discutible, para conciliar las diferentes definiciones y poder articularlas en un corpus teórico coherente y demostrable empíricamente. Aún en esta línea, hay mucho para decir e investigar. También en Cioce Sampaio, el turismo debe ser considerado como un acuerdo para posibilitar el desplazamiento de personas entre grupos o comunidades diferentes y reforzar el lazo de solidaridad. Según los comentarios del autor “*el turismo es un instrumento (prescindiendo de manipulación) que facilita el desplazamiento humano, o sea, presupone la coordinación de algunas actividades como hospedaje, comidas y esparcimiento para que el evento turístico se lleve a cabo*”. (Cioce Sampaio, 2005:293)

En contraposición, Sampaio no hace referencia al motivo que lleva o implica el desplazamiento sino más bien a las facilidades instrumentales que concretan y hacen posible el hecho en sí (hospedaje, accesos, alimentación y otros). Ahora bien, suponemos que el autor confunde a la estructura (intra o super) que permite la actividad con el objeto que intenta definir. En realidad, esto no nos autoriza a señalar que el turismo es aquello (material) que contribuye a su realización; ya que sería suponer de antemano aquello que por deducción metodológica intentamos definir. Para Korstanje “*indudablemente el turismo es un fenómeno conocido en forma masiva a partir de mediados del siglo XX. Si bien, siempre han existidos desplazamientos, aventuras, travesías y contactos interculturales no necesariamente deban ser llamados movimientos turísticos*”. En este sentido, hay que ser realmente cautos a la hora de considerar al viaje como un hecho estrictamente turístico. (Korstanje, b2007:15)

Desde otro punto de vista, Brandis y del Río sostienen que el turismo “*constituye una actividad de ocio que viene motivada por la búsqueda y el descubrimiento de lo desconocido y de lo diferente al medio cotidiano, acompañado por la obtención de satisfacciones personales de diferente naturaleza*” (Brandis y Del Río, 1995:157). La definición de Brandis y Del Río nos provee de otro elemento que debe ser analizado: *el ocio*. Según los autores, el turismo se convierte en una forma de

ocio cuyo motivo principal es la búsqueda de lo desconocido y la satisfacción en haberlo encontrado. Sin embargo, no existe en esta perspectiva alusión alguna al desplazamiento o al viaje. Es decir, un sujeto puede satisfacer su necesidad de encontrar algo exótico en sus ratos de ocio sin desplazarse de su lugar de residencia.

De alguna forma, esta definición se desprende del resto ya omite el ámbito espacial donde se lleva a cabo el turismo. Aun cuando, esto no sea una limitación (in facto esse) a nuestro estudio conviene prescindir de esta definición (desde el momento en que no puede ser integrada al resto del corpus teórico). En la perspectiva de Dachary y Burne, el turismo es una forma ideológica de alienación y colonización capitalista. En efecto, los autores sostienen *“La recolonización no es una especulación teórica, sino por el contrario es una opción ideológica que el sistema promueve para generar las ilusiones o utopías que debe tener todo mortal para sobrevivir en la selva del mundo del consumo, un lugar donde las leyes de la naturaleza han sido superadas con creces y que hoy se expresan en esa profunda asimetría existente entre países y el interior de los países desarrollados”*. (Dachary y Burne, 2005:313)

En concordancia con estos investigadores, Ascanio advierte *“de hecho, se ha criticado, a menudo, que la planificación turística es impuesta sobre las necesidades de la población local anfitriona; y que esta planificación se ha convertido en una actividad dominante dentro de una economía de transición”* (Ascanio, 2005). Tanto Dachary y Burne como Ascanio, ponen el acento en la fase política del turismo. A nuestro modo de ver, si bien su lectura no es incorrecta desde el momento en que es posible que el ocio y el turismo sean manipulados políticamente como forma de control social, en primera instancia esto no es un elemento privativo del turismo sino también de otras actividades. La misma lógica se aplica para el capitalismo: no es el turismo aquel que ha creado al capitalismo sino que éste último se refleja (extensivamente) en varias esferas de la vida social incluyendo al turismo también.

“Gran parte de la investigación sobre el turismo sigue siendo unidireccional. Los académicos que adoptan un marco de economía política, por ejemplo tienden a alegar que las corporaciones metropolitanas y las condiciones del mercado determinan el ritmo y la forma del desarrollo turístico en los destinos de todo el mundo y que los actores locales no juegan más que roles periféricos en el proceso... aún así, pocos estudios han considerado la manera en que las relaciones de poder gobiernan el comportamiento de los turistas en los sistemas turísticos” (Salazar, 2006: 116-117). En resumidas cuentas, el poder político puede disponer y utilizar instrumentalmente al turismo como a cualquier otra actividad sin que ello la defina por ese acto. Por

otro lado, afirmar que el turismo es aquel que refuerza las diferencias económico-sociales entre los pueblos parece una idea con escasa probabilidad de comprobación empírica. Aún así, los autores recién mencionados introducen otro elemento importante: el estatus como mecanismo destinado a reforzar el orden político social y las relaciones que de él se derivan. Luego del material expuesto y sometido a crítica, nos inclinamos por definir al turismo como *“una forma moderna de ocio (comercializado o no) que implica un desplazamiento temporario y consecuente retorno satisfaciendo así necesidades psico-sociales específicas de descanso, relajación y afirmación de estatus en espacios socialmente determinados y destinados para tal fin.”*

En el siguiente capítulo introductorio, hemos podido llegar a una definición que alcanza los dos niveles necesarios: exhaustivo y acumulativo. En este sentido consideramos, que el turismo debe ser comprendido como una disciplina científica propia que si bien puede tomar elementos teóricos de otras, construya su objeto de estudio en base a definiciones, paradigmas y concepciones compartidas que hacen a su dinámica. De esta manera, comprendemos por turismo a *“toda forma moderna de ocio (comercializado o gratuito) que implique un desplazamiento temporario y consecuente retorno satisfaciendo así necesidades psico-sociales específicas de descanso, relajación y afirmación de estatus en espacios socialmente determinados y destinados para tal fin.”*

En ocasiones, los investigadores consideran al turismo un fenómeno complejo, dinámico y cambiante. El modelo experimental tomado de ciertas ciencias decimonónicas como la sociología, la antropología y la psicología confunden más de lo que aclaran. En parte, debido a que este modelo de naturaleza positivista que presupone a la comparación como la única forma de explicación científica posible, encuentra varias dificultades en escenarios de cambio social constante o de variables no controladas. En este sentido, la inducción se transforma como otra manera de estudiar al turismo. Particularmente, el turismo se va a situar como disciplina científica sólo cuando pueda construir un objeto propio de estudio, que lo distinga del resto de las ciencias. Para que eso suceda es conveniente llegar a un acuerdo teórico y epistemológico de lo que comprendemos por tal. El vicio de estar todo el tiempo y en cada investigación definiendo un concepto implica la falta de un conocimiento cierto sobre lo que se pretende estudiar.

Referencias

ACERENZA, M. Á. *Administración del turismo: conceptualización y organización*. México: Editorial Trillas, 1991.

ANDRADE LIMA, J R. “Análisis económico de la demanda del turismo doméstico en Brasil: aspectos teóricos y comprobaciones”, 2004,. Volumen 13. Números 1 y 2. Pp.:143-159.

ASCANIO, A. “El espacio turístico en países emergentes: la morada disgregada del hombre”. Pasos: revista de Turismo y Patrimonio cultural. 2005, Volumen 3. Número 1. Pp.:79-86.

BRANDIS, D y DEL RIO, I. “Turismo y medio ambiente de las ciudades históricas”. Anales de Geografía de la Universidad Complutense. 1995, Número 15. Pp.:157-167.

CIOCE SSAMPAIO, C A “El turismo como fenómeno histórico”. Estudios y Perspectivas en Turismo, 2005. Volumen 13. Números 3 y 4. Pp.:290-302

COHEN, E “Principales tendencias en el turismo contemporáneo”. Política y Sociedad. 2005, Volumen 42. Número 1. Pp.: 11-24.

COLES, T. DUVAL, T y HALL, M “Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar”. Política y Sociedad. 2005, Volumen 42. Número 1. Pp.:85-99.

COOPER, C. *Turismo: principios y prácticas*. México: Editorial Diana, 1997.

DACHARY, A C y BURNE A, STELLA M. “Globalización y Turismo: ¿dos caras de la misma moneda?”. Estudios y Perspectivas en Turismo. 2005, Volumen 13. Números 3 y 4. Pp.: 303-315

DOS SANTOS, J.R “*Antropología, comunicación y turismo: la mediación cultural en la construcción del espacio turístico de una comunidad de pescadores en Laguna, Sc. Brasil*”. Estudios y Perspectivas en Turismo. 2005 Volumen 14. Número 4. Pp: 293:313.

DOS SANTOS Correa, R y ANTONINI Oliveira, B. “La gastronomía típica de la Isla de Santa Catarina, Brasil: su identidad como atractivo para el turismo cultural”. Estudios y Perspectivas en Turismo. 2004, Volumen 13. números 1 y 2. Pp.:89-110.

ELIADE, M

Mito y Realidad. Madrid: Guadarrama, 1968.

El Mito del Eterno Retorno. Buenos Aires: Emece Editores, 2006.

FERNANDEZ-FUSTER, L. *Teoría y Técnica del turismo*. Madrid: Editora Nacional, 1967.

GRUNEWALD-Azeredo, de R. “Turismo e etnicidade”. *Horizontes Antropológicos*. 2003, Año 9. Número 20. Pp.:141-159.

GOUVEA, R y HRANAIOVA, J. “Determinación de la importancia de las variables ambientales en la demanda total del turismo en América Latina”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 2004, Volumen 13. números 1 y 2. Pp.:129-142.

JAFARI, J. “El turismo como disciplina científica”. *Política y Sociedad*. 2005, Volumen 42. Número 1. Pp.:39-56

KORSTANJE, M

- “El patrimonio Turístico: definiciones, conceptos y etimologías de las palabras”. Material inédito en proceso de publicación. A2007
- “El Aporte de los viajes a las ciencias Sociales”. Artículo en proceso de Publicación Gestión Turística. Universidad Austral de Chile. B2007
- “Reseña crítica sobre Antropología, comunicación y turismo”. Material destinado a publicación revista Saber Académico, Uniesp, Brasil. C2007
- “Interpretando el génesis del descanso: una aproximación a los mitos y rituales en el turismo”. Material inédito en proceso de publicación. D2007
- “Ingreso y alojamiento: una perspectiva macro-sociológica para comprender el sistema turístico en la ciudad de Buenos Aires. Revista de Turismo Visao y Accao. Edición Enero. (Material en proceso de publicación). 2008

MOTA, K. “La integración multidisciplinar en la educación del turístólogo”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 2004, Volumen 13. Números 1 y 2. Pp.:5-23

MUNEE, F. *Psicología del tiempo Libre*. México: Editorial Trillas, 1980.

PINTO-SOARES, C M. “Desarrollo turístico en la Isla de Itaparica, Brasil. Análisis del ciclo de vida. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 2005, Volumen 13, Número 3 y 4. Pp.: 273-289.

SALAZAR, N. “Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*. 2006, Número 05. Pp.: 99-128.

SCHLUTER, R. *Investigación en Turismo y Hotelería*. Buenos Aires: Centro de Investigación y Estudios Turísticos (CIET), 2005.

TOLEDO, G; ÁLVAREZ-VALDES, J y POLLERO-CASTROMAN, Á. (2002). “Planificación estratégica de empresas de turismo y desarrollo sustentable del sector: propuesta de un modelo”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 2002, Volumen 11, Número 3 y 4. Pp.: 197-225.

CAPITULO I : La educación en el Turismo.

En el año 2006, han florecido en Argentina un conjunto de establecimientos educativos terciarios y universitarios que imparten carreras relacionadas al estudio y la planificación del turismo. Desde aquellas relacionadas con tecnicaturas hasta licenciaturas en tiempo libre, turismo y hotelería. Por lo general, se piensa que toda actividad comercial o industrial es acompañada de un desarrollo intelectual que sustenta, forma y prepara los recursos humanos disponibles para su funcionamiento. La vocación, y la relación que tiene la carrera universitaria con la inserción laboral y las pautas de producción - consumo son parte de las inquietudes que nos llevaron a realizar esta investigación:

¿Cuál es el panorama de las profesiones vinculadas al turismo y como es la inserción en el campo profesional?, ¿Qué vínculo existe entre educación y sistema de producción?, ¿Qué contenido y perfil poseen las carreras de esta actividad?, ¿Cuáles son las características principales de sus graduados?, ¿Se puede considerar al turismo una disciplina científica y una industria?, ¿Cómo se da la producción intelectual en este rubro?. Estas preguntas están inmersas en un marco contextual en el cual el turismo se considera una de las principales actividades económicas del PBI. Sin embargo, no siempre éste ha tenido tanto protagonismo en la economía de un país. Específicamente, la investigación puede dividirse en tres partes, la primera hace referencia al tratamiento teórico en los sociólogos clásicos sobre el tema de la educación y la economía; luego lo complementaremos con un breve abordaje que nos permitirá comprender la función de la profesión y su vínculo dentro de los procesos de producción capitalistas. En una segunda parte, analizaremos el panorama de las carreras turísticas y los establecimientos que imparten esas carreras utilizando como fuentes las bases de la Secretaría de Turismo de la Nación y los programas de cuatro universidades privadas reconocidas en la materia: La universidad de Morón, la universidad del Salvador, la universidad de Palermo, John F. Kennedy. Como elemento de comparación vamos a utilizar el programa de un establecimiento nacional como el caso de Universidad de Mar del Plata.

Finalmente, a través del manejo de fuentes censales primarias, intentaremos establecer la cantidad de graduados en turismo en relación a otras disciplinas, su pertenencia político territorial, sus edades, la incidencia de las diferentes profesiones dentro del mercado laboral hotelero y de servicios, y una comparación de la cantidad de inscriptos en carreras turísticas a nivel nacional y regional en los períodos 2000 y 2004.

Mediante el manejo de indicadores tales como la incidencia de la cantidad de libros publicados en turismo y hotelería con respecto a otras disciplinas, como así también el relevamiento temático de

los libros que actualmente comercializan las librerías turísticas, intentaremos estudiar y con esto responder a la última de las cuestiones planteadas, la manera en que se da la producción intelectual en el sector. En este capítulo nos proponemos comprobar que en el turismo el contenido discursivo de las carreras no está orientado a la investigación científica del mismo sino a legitimar un orden económico condicionado por procesos socio-históricos. En este sentido, su aplicación tanto laboral como intelectual actúa acorde a los procesos de socialización pre-existentes.

Marco Teórico

La educación siempre ha sido un objeto de estudio por parte de la sociología. Durkheim, por ejemplo, define a la educación como *“la influencia ejercida por las generaciones adultas sobre aquellos que todavía no están listos para la vida social. Su objeto, es estimular y desarrollar en el niño ciertos números de estados físicos, intelectuales y morales exigidos de él tanto por la sociedad política como un todo como por el medio particular para el que está específicamente destinado”* (Durkheim, a1993:202).

La función de la educación para el autor es preparar al individuo para insertarse en los procesos económicos de la sociedad. A lo largo de la historia, los sistemas educativos de las diferentes sociedades han cambiado. La respuesta, de Durkheim a esta cuestión radica en los cambios económicos de esas sociedades. A medida que cambia el sistema productivo se necesita de nuevos procesos que acondicionen el recurso humano disponible para tal actividad (Durkheim, b1999:132). Un pensamiento similar se encuentra en Carl Marx aún cuando manteniendo ciertas diferencias. Al igual que Durkheim, Marx pensaba a la educación como una herramienta de legitimidad del sistema económico, sólo que influenciado por el materialismo histórico, Marx asumía que las clases privilegiadas producían formas ideológicas que reforzaban el dominio de estas sobre aquellas que no habían podido asirse de los factores de producción. En el manifiesto comunista, el autor señala *“la clase que dispone de los medios para la producción material, dispone con ello, al mismo tiempo, de los medios para la producción intelectual (Geistig), lo que hace que se le sometan, generalmente hablando, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir intelectualmente”* (en Giddens, 1998:90). El equilibrio del sistema, está asegurado por el papel que cumple la ideología como elemento alienante al impedir adquirir la conciencia de “clase”.

Por el contrario, la preocupación central de Weber no es otra que el surgimiento de la empresa capitalista y su relación con el “ethos” protestante. Este autor, no se ocupó en forma directa de la educación. Sin embargo, al igual que Durkheim, Weber encuentra en el imperio romano la herencia normativa del “Estado Moderno”. En este punto, aunque Weber tenía aspectos que lo relacionaban a Marx mayores eran las diferencias que al mismo tiempo lo alejaban. Una de las diferencias

apuntaban a que el equilibrio de la estructura económica no se explicaba a través del análisis de la ideología y en los procesos educativos, sino en su formación legal – racional de dominación. En este punto, tanto Durkheim, Weber y Marx habían previsto la estructuración de un nuevo orden social basado en las relaciones de poder y producción racional. También los psicoanalistas han dicho lo suyo en este tema. De toda la bibliografía psicoanalítica, que es abundante, vamos a tomar sólo a dos de ellos; Vera Schmitt y Wilhem Reich (1998) advertían que la dinámica que subyace tras cualquier proceso educativo no es muy diferente de aquel que se encuentran en un proceso comercial. La necesidad del individuo de adquirir conocimiento no es otra que la necesidad de posesión. Al igual que cuando se compra un bien o se consume un servicio, el conocimiento es análogamente funcional a la economía. (Schmitt y Reich, 1998). ¿Cuál es entonces, la relación entre las profesiones (sistema educativo) y las redes sociales empresarias (procesos de producción)?

Las Profesiones

Una de las primeras cuestiones que deben dirimirse antes de comenzar el análisis teórico de papel que juegan las profesiones en los procesos productivos, es conveniente preguntarse ¿que influencia tiene el capital social, cultural y las redes en la inserción laboral?. Heredero y crítico de la tradición marxiana y durkheimiana, Pierre Bourdieu explica *“quisiera hoy evocar los mecanismos extremadamente complejos a través de los cuales la institución escolar contribuye a la reproducir la distribución del capital cultural, y con ello, a la reproducción de la estructura del espacio social ... la combinación de ambos mecanismos define el modo de reproducción y hace que el capital vaya al capital y que la estructura social tienda a perpetuarse ... La reproducción de la estructura de la distribución del capital cultural se opera en la relación entre las estrategias de la familias y la lógica específica de la institución escolar. Esta tiende a proporcionar el capital escolar, que otorga bajo la forma de títulos (credenciales), al capital cultural detentado por la familia y transmitido por una educación difusa o explícita en el curso de la primera educación.”* (Bourdieu P, a2003:108)

Para Mary Douglas, el “capital” social a diferencia del “financiero” y “el humano”; no es susceptible de ser poseído por un individuo o un grupo. Este encierra al conjunto de relaciones entre los actores el cual se mantiene constante al margen de las características del mercado. Las formas de acceder a ese capital son dos: en la primera lo importante es a quien se recurre, y la influencia de esa persona para el puesto al cual pretendo acceder (Who); la segunda hace hincapié en la extensión de la red como para posicionar a ese individuo en ámbitos específicos (How).

Citando a Fleck, Douglas (1986:50) afirma que el desarrollo del conocimiento depende en gran medida de cómo interviene en las prácticas cotidianas de la vida social. Las instituciones validan una realidad e intervienen normativamente en el comportamiento de los individuos. Siguiendo la

misma línea de pensamiento, las profesiones están insertas en una red de contactos que no solo legitiman la actividad sino que también institucionalizan la economía que dio origen a esa acción. Pierre Bordieu (b2001:84) nos recuerda que las empresas más grandes y burocráticas, en el sentido weberiano, no solo refuerzan su hegemonía sobre el capital financiero (acciones) sino también sobre su capital educativo (formación de sus recursos humanos). Pues, es fácil darse cuenta que a menudo las empresas con más recursos acaparan y contratan a los profesionales mejor preparados.

Sin embargo, es necesario señalar que los individuos y los grupos no siempre manejan lealtades definidas hacia las empresas para las cuales trabajan sino que en muchas ocasiones su lealtad persigue sus propios intereses o los de su grupo profesional. Llegado el caso el profesional puede actuar a favor de su camada de carrera y en detrimento de los intereses de su organización (Bordieu, b2001). Los individuos están conectados a través de redes sociales pero a la vez construyen sus propias estructuras sociales (Granoveter, a1985) (White, 1992), a veces en coincidencia con la estructura, a veces no. Las formas en que se dan las interacciones profesionales son variadas, dentro de las mismas, existen “lazos débiles” que si bien se mantienen con cierta periodicidad no guardan la misma intensidad que nos unen a nuestro propio grupo. Desde un punto de vista estratégico, una persona con una suma considerable de estos lazos puede a información no redundante que utiliza en su beneficio al momento de competir por un puesto (Granoveter, b1973) (Pozas y otros, 2004) (Douglas, 1986). Es muy posible que una camada de jóvenes universitarios mantenga un vínculo entre ellos una vez egresados de Harvard, y de esta manera se formen redes profesionales que persigan el éxito de sus intereses de grupo, y de esta manera lograr la legitimación de la actividad e institución de la cual han egresado. Pero también es probable, que algunos de ellos recurran a lazos débiles fuera de su estructura de grupo para conseguir información clara y no reiterativa. También cabe la posibilidad que incluso compartiendo la misma pertenencia institucional en materia de estudios compitan entre sí por los mismos recursos.

Por el contrario, Andrew Shooter (1981) enfoca la teoría económica desde un punto de vista positivista. El autor piensa que al igual que la evolución de las especies, los sistemas sociales deben atravesar (a lo largo de su evolución) un conjunto de problemas. Cada uno de ellos obliga a crear una institución para resolverlo. Desde esta forma de ver, podríamos considerar a las profesiones como la institución que afronta los desajustes propios de la economía. Según Meyer y Rowan las estructuras formales de muchas organizaciones insertas en sociedades pos industriales, reflejan los mitos de su entorno en vez de las demandas reales de trabajo. Los autores, sostienen que la institución racional de las profesiones obedece, como pensaba Durkheim, a un cambio en las situaciones organizativas del entorno. Por ejemplo, cuando la psicología descubre una teoría en el

reclutamiento de personal, se acreditan profesiones que hacen un manejo racional de esa teoría, se crean estructuras normativas y agencias para regular la acción social. (en Powell y DiMaggio, 1983:84). Por su parte, el Estado contribuye mediante la coacción y el control de los agentes económicos al equilibrio del sistema. Contrariamente a los preceptos de Adam Smith, Bourdieu sostiene que (en el caso del mercado inmobiliario en Francia) *“un análisis atento a la lógica compleja del campo burocrático permite por lo tanto constatar y comprender la ambigüedad intrínseca del funcionamiento del Estado: si no hay lugar a dudas de que tiende a imponer, bajo la apariencia de la neutralidad burocrática, una política conforme a los intereses de los bancos y los grandes constructores ... no es menos cierto que contribuye a la protección, al menos dentro de determinados límites, de los intereses de los dominados”*. (Bourdieu, 2001:130).

Con sus aciertos y desaciertos, Bourdieu introduce a nuestro marco de referencia, un concepto del cual nos ocuparemos en el trabajo de campo, la relación de las instituciones estatales como agentes de control, planificación y fijación de políticas públicas en relación a otras instituciones del sector privado; en nuestro caso las diferencias en el contenido de las carreras turísticas entre una universidad pública y universidades privadas. De Meyer y Rowan tomaremos el concepto durkheimiano de relación entre entorno y demanda. Si analizamos el tema en esta línea, a mayor desarrollo económico mayor será la necesidad de aumentar la estructura educativa que forme a los futuros recursos humanos. De esta forma, educación y economía se legitiman y se complementan recursivamente. Por ejemplo, hace aproximadamente doce años, mediante la resolución 763/92, La Secretaría de Turismo de la Nación, con el fin de proteger al turista, promulgó una normativa que exigía a las empresas para su funcionamiento la acreditación de un idóneo en turismo, según ley 18.829, con título profesional obtenido en instituciones terciarias o universitarias. Esta disposición (actualmente vigente) refleja el filtro y la acción del Estado en la reglamentación de los recursos humanos y el ordenamiento de la actividad. Esa acción planificada desde el punto de vista estructural puede generar consecuencias no esperadas, ya que al legitimar la validez de los títulos de ciertas universidades y dejar fuera a otras, crea implícitamente ciertas redes profesionales con una pertenencia institucional bien definida.²

Pero antes de continuar desarrollando estos tópicos, es necesario explorar como se dio el crecimiento de la actividad en los últimos tiempos. Específicamente saber si podemos precisar ¿Qué indicadores demuestran que el turismo como actividad económica ha crecido con respecto a años anteriores?

² Fuente: Datos suministrados por el Registro de Idóneos en Turismo. 10 Diciembre 2006.

El Desarrollo de Los Centros Vacacionales.

El turismo es una actividad que crece día a día en todo el mundo; sin embargo cada caso en particular merece un análisis “al por menor”. En Argentina, es difícil poder medir históricamente como ha sido la evolución de la actividad; en muchos casos los analistas se confunden y piensan que la cantidad de turistas arribados es un indicador fiable para medir el desarrollo la actividad. En realidad, la cantidad de visitantes no necesariamente revela los ingresos netos en el centro turístico relevado, mucho menos su nivel productivo. Si bien el país no posee una cuenta satélite para medir el impacto de la actividad con precisión, según ciertas publicaciones en 2004 el turismo representó para el Producto Bruto Interno alrededor del 7.2%³, en coincidencia con países de una larga tradición turística por llamarla de algún modo, tales como Australia, Canadá, España y México. En Diciembre de 2006, un prestigioso diario de tirada nacional publicaba “*el turismo es uno de los sectores que más inversiones está atrayendo. En este momento, según la Secretaría de Turismo se están construyendo 250 hoteles que mueven inversiones privadas por 1.900 millones de pesos*”⁴. Fue quizás ese aporte a la por entonces vapuleada economía nacional, que el 16 de Diciembre de 2004 se sanciona la Ley Nacional de Turismo que en su artículo primera señala “*Declarase de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país*”⁵. Desde el momento en que la demanda turística se encuentra condicionada casi elásticamente por la oferta hotelera, es que un indicador económico fiable del desarrollo de la actividad es la construcción de establecimientos hoteleros desde 1998 a 2005 inclusive.

Evolución de la Oferta Hotelera en la República Argentina – Cuadro N. 1

			(Anual)	(Anual)
Período	Cant. Establecimien.	Nro. Plazas	Var. Establec	Var Plazas
1998	6767	376823	0	0
1999	6970	386826	3,00%	2,65%
2000	7398	405138	6,14%	4,73%
2001	7500	404749	1,38%	-0,10%
2002	7763	412464	4,93%	1,81%
2003	8016	426476	3,26%	3,39%
2004	8660	450074	8,03%	5,55%
2005	9229	465606	4,92%	2,88%

Fuente: Organismos Provinciales y Municipales de Turismo. Elaborado por la Dirección De Estudios de Mercados y Estadísticas. Secretaría de Turismo de La Nación.

³ Fuente: Importancia de la Industria de Viajes y Turismo como actividad económica- Actualización 2004. Cuenta Satélite de Turismo. Publicado en Report, Número 663, Página 66.

⁴ Fuente: Publicación Diario Clarín titulada *Boom turístico: se construyen 250 hoteles en Argentina*. Sección Negocios y Mercados. 04-12-2006.

⁵ Fuente: Ley Nacional de Turismo Número 25.997 – Título I, Objetos y Principios. Extraído el 24-11-06. Material Disponible en www.turismo.gov.ar

Si tomamos el crecimiento de la oferta en todo el país en forma anual, observamos que en 1998 los establecimientos totalizaban 6.767 mientras que en 2005 esa cifra ascendió a 9.229 con un variación del 4.92% en establecimientos; asimismo en 1998 el número de plazas era de 376.823 mientras que en 2005 se incrementaron a 465.606, un porcentaje de 2.88% en variación anual con respecto a las plazas. Dentro de lo que representa ese crecimiento la ciudad de Buenos Aires fue el centro turístico que mayor ocupación de turistas registró en 2004, con un promedio de 47.75% superando a otros centros tradicionales como San Carlos de Bariloche con 39.35% e Iguazú con 45.74%. La ciudad está equipada con un total de 170 hoteles de entre 1 a 5 estrellas, 27 aparts y alrededor de 200 hoteles sociales. De acuerdo a la inversión hotelera desde el año 1991 a 2002, la cifra de inversión por franquicia alcanzó los 1.962 millones de dólares, una proporción importante se radicó en la Ciudad de Buenos Aires. La ciudad se sitúa además como principal plaza de Congresos y Convenciones dentro del país. En el año 2003 se registraron 386 Congresos, comparable con los 333 del año 2002 y 509 del 2001⁶.

Las principales agencias de viaje de la Ciudad son agencias de turismo (80%), en segundo lugar se ubican las empresas dedicadas a atender la demanda de viajes y turismo como agencia de pasajes (19%). En Números se registraron 901 agencias de Turismo, 167 empresas de Viajes y turismo, 34 agencia de pasajes, 28 entidades sin fines de lucro, totalizando 1138 empresas. Si a diversidad en oferta cultural se refiere, la ciudad cuenta con 124 museos, de los cuales 38 corresponden a temáticas históricas y etnográfica, 24 arte, 23 ciencias, 8 fuerzas aéreas y de seguridad, 2 teatros, 2 automóviles, 1 cine, 1 títeres. Cuenta además con 64 casas dedicadas a ofrecer espectáculos de Tango y 159 peñas folclóricas. Se agregan quince shoppings como centro de compras para los turistas. Posee dos Aeropuertos principales, uno internacional (Ezeiza) y otro domestico (Jorge Newbery). Existen aproximadamente 30 líneas aéreas, con un promedio de 80% de ocupación en sus vuelos internacionales y 70% en los de cabotaje. Su Puerto marítimo es considerado el principal del país. En 2006 se registraron en todo el país unas 4.534 agencias de viajes y turismo de las cuales 3.806 correspondían a Casas Matrices y 728 a sucursales. Es decir, del total de la estructura las casas matrices representan el 83% mientras que las sucursales sólo el 16%. En Capital Federal la tendencia no es muy diferente, de un total de 1.527 agencias, el 88% es decir 1.351 son casas matrices y el 12% sólo 176 son sucursales.⁷

Después de los datos que hemos expuesto, podemos arribar a tres conclusiones:

⁶ Fuente: Anuario Turístico 2003. Facilitado por la Subsecretaría de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires.

⁷ Fuente: Agencias y Sucursales en Todo el País / Agencias y Sucursales en la Ciudad de Buenos Aires. Extraído el 29-11-2006. Secretaría de Turismo de la Nación. Disponible en www.turismo.gov.ar/esp/drst/gcba.htm

- 1- La actividad turística continúa en ascenso y crecimiento.
- 2- Ese crecimiento es un fenómeno de los grandes aglomerados urbanos, en los cuales Buenos Aires concentra la mayor cantidad de infraestructura turística del país.
- 3- Sea a nivel nacional como en Buenos Aires, la cantidad de casas matrices supera en creces a las sucursales propiamente dichas.

Dentro de este contexto, surgen algunas consideraciones que deben ser tenidas en cuenta antes de continuar. ¿Cómo se prepara a los recursos humanos que van a formar parte de esa oferta turística? ¿Qué contenidos ofrecen las denominadas carreras turísticas?

Opciones Universitarias y Tercerearías

Con el fin de no caer en ciertas generalizaciones, es conveniente realizar una pequeña aclaración. Las carreras que se pueden, de alguna manera, denominar turísticas se dividen en dos ramos: aquellas dedicadas al turismo, y aquellas orientadas a la administración hotelera. Dentro de estas dos clasificaciones, encontramos las carreras terciarias, tecnicaturas en su mayoría, con menos de tres años de duración; y por otro lado tenemos a las licenciaturas, las cuales se extienden entre cuatro y cinco años. De esta manera, podemos armar un cuadro de doble entrada y salida, con los establecimientos que se ocupan de dictar cada carrera a nivel nacional.

Cantidad de establecimientos a nivel nacional - Cuadro N. 2

Turismo		Hotelería		Total
Terciaria	Universit.	Terciaria	Universit.	
103	40	50	14	207
50%	19%	24%	7%	100%

Fuente: Secretaría de Turismo de la nación, elaboración propia.2006

Como se puede observar en el siguiente cuadro, de 207 establecimientos a nivel nacional dedicadas a turismo y hotelería, 103 se orientan a carreras terciarias en turismo representando el 50% del total, unas 50 -algo así como el 24%- apuntan a carreras terciarias en hotelería, seguidos en menor proporción de las carreras universitarias en turismo con 50 establecimientos (19%) y las carreras universitarias en hotelería con 14 establecimientos (7%)⁸. Si tomamos las carreras terciarias de turismo y hotelería estas representan un 74%, contra sólo el 16% de las universitarias. Asimismo, si tomamos las carreras de turismo tanto terciarias como universitarias, y las comparamos con

⁸ Fuente: información disponible en la Secretaría de Turismo de la Nación. Extraído el 21-11-06. Disponible en www.turismo.gov.ar/gestiondecalidad/capacitacion/carreras.

hotelería, tenemos que Turismo representa el 69% mientras hotelería sólo el 31%. Claramente, pueden deducirse dos tendencias:

- a) existe una mayor proporción de establecimientos educativos a nivel nacional que imparten estudios relacionados con el turismo (69%).
- b) existe una mayor proporción de establecimientos educativos a nivel nacional que imparten tanto en turismo como en hotelería educación a un nivel terciario (74%).

Esto lleva a preguntarse, ¿se repite la misma tendencia en capital federal?

Cantidad de establecimientos en Cap. Fed. - Cuadro N 3.

Turismo		Hoteleria		Total
Terciaria	Universit.	Terciaria	Universit.	
19	8	14	5	46
41%	17%	30%	12%	100%

Fuente: Secretaria de Turismo de la nación, elaboración propia.2006

En el cuadro número 2, encontramos que de 46 establecimientos, 19 se orientan a carreras terciarias en turismo con el 41%, 14 se dedican a las carreras terciarias en hotelería (30%), 8 universitarias en turismo (17%) y 5 universitarias en hotelería (12%). Los establecimientos que tanto en turismo como hotelería imparten enseñanza terciaria representan sumados un 71% mientras que la enseñanza universitaria un 29%. De la misma manera, si sumamos los establecimientos que se dedican a turismo tenemos 58% mientras que a hotelería 42%.

Al igual que en cuadro número 1, las tendencias muestran que en capital federal:

- a) Existe una mayor proporción de establecimientos que imparten enseñanza vinculada al turismo, 58%.
- b) Existe una mayor proporción de establecimientos que tienen educación terciaria, 71%.

Si realizamos ciertas comparaciones, notamos por ejemplo que en capital federal existe una brecha más corta entre los establecimientos que imparten enseñanza en turismo (58%) con respecto a hotelería (42%). Esto habla, de la presencia que tiene la infraestructura hotelera en la ciudad de Buenos Aires y las redes o asociaciones que de ella se derivan. En el siguiente cuadro, comparamos cuanto representan los establecimientos en Capital Federal con respecto a los del resto del país.

Comparaciones Nación / Capital Federal. Cuadro N. 4

	Turismo		Hoteleria		
	Terciaria	Universit.	Terciaria	Universit.	Total
Nacional	103	40	50	14	207
Cap. Fed.	19	8	14	5	46
Porcentaje.	18%	20%	28%	35%	

Fuente: Secretaria de Turismo de la nación, elaboración propia.2006

De igual forma, del total nacional el 35% de corresponde a establecimientos que imparten en Capital Federal carreras universitarias en hotelería, seguido de las carreras terciarias con un 28%. Pero, con el turismo la cosa cambia. Apenas un 20% y 18% de las carreras universitarias y terciarias en turismo (respectivamente) se dan en Buenos Aires. Estos datos, vuelven a confirmar lo que ya hemos expuesto. La planta hotelera en Buenos Aires es una de las principales del país; por ende las carreras universitarias y terciarias en hotelería son más comunes en esta ciudad que a nivel nacional. La primera cuestión que parece desprenderse de todo esto, es que la proximidad al centro receptor influye en las modalidades educativas de los centros de enseñanza. En este punto, sistema económico y educativo parecen estar entrelazados en forma complementaria. De todos modos, este análisis parece ciertamente superficial en algunos puntos. Nuevas preguntas iban surgiendo a medida que profundizábamos en el tema. ¿Qué contenidos imparten las carreras del turismo y de hotelería?, ¿Qué formación reciben los jóvenes que se lanzan a estas carreras?, ¿Cómo se insertan en el sistema económico?, ¿Cuántos de ellos se dedican a la investigación científica del turismo?

Contenido de las Materias

Hemos decidido tomar como unidades de análisis a las universidades de Morón, El Salvador, J.F Kennedy, la Universidad de Palermo y la Universidad Nacional de Mar del Plata. Los motivos, fueron varios pero pueden resumirse en dos principales: por un lado, la trayectoria de estas entidades en la materia las hace una de las instituciones más prestigiosas del país, por otro lado son una de las pocas que tienen información detallada sobre el contenido de cada una de sus materias. Esto trae ventajas y desventajas; si bien podemos hacer ciertas comparaciones por la homogeneidad de los datos, también es claro que los resultados obtenidos son solamente validos para estas cinco instituciones. En la primer parte, vamos a analizar el perfil que según cada institución pronostica de sus graduados, cuales son sus alcances y sus conocimientos en el área. En la segunda, vamos comparar cuantitativamente la naturaleza de las materias, estén relacionadas con los social (ciencias sociales y antropológicas), lo comercial (marketing y publicidad), económico-contables (matemáticas, estadísticas, economía contabilidad), idiomas (inglés, francés etc.) o lo legal

(derecho). Con el objetivo, de no oscurecer los resultados solamente vamos a tomar como punto de comparación las licenciaturas (Hotelería y Turismo).

Según el análisis de contenido un licenciado en Administración hotelera de las cuatro universidades (privadas) está capacitado para: a) elaborar e implementar políticas, sistemas, métodos y procedimientos de administración, finanzas, comercialización, presupuestos, costos y administración de personal; b) dominar la administración moderna, los sistemas de información, la importancia del factor humano y las estrategias de negociación; c) desarrollo de actividades relacionadas con el tiempo libre y los negocios de la hospitalidad; d) controlar los métodos y técnicas aplicados a los distintos modos de presentación de servicios. Para el caso del Licenciado en Turismo los resultados no son muy diferentes, solamente que se reemplazan en algunos pasajes los términos relacionados a la hospitalidad con los de actividades turísticas⁹. Tanto un perfil como el otro, condicionan al graduado con el fin de servir a la organización, administración, explotación y control de las actividades turísticas y de hospedaje en forma técnica y eficiente. En otras palabras, lo que orientan estas carreras es a la inserción de los alumnos en la estructura económica del turismo como proceso “industrial”.

Sin embargo, la universidad de Mar del Plata muestra una tendencia diferente; según este establecimiento los objetivos de su programa educativo radica en: *“inculcar conocimientos sobre la estructura de la Administración pública, las normas que rigen en funcionamiento y sus relaciones con los administrados; conocer instrumentos procesales para actuar ante la Administración pública en sus distintas jurisdicciones”*. Entre el sector privado y el público – como bien adelantó Bordieu – existen diferencias sustanciales, que se reflejan en los objetivos de la formación educativa. Mientras para el sector privado el objetivo o interés principal es el rédito económico, para el Estado que no solo articula normativamente la actividad sino que crea las condiciones necesarias para que los agentes puedan competir, el interés supremo es la planificación y control coercitivo de las relaciones de producción derivadas el juego económico.

¿Se condice tanto el discurso de la universidad privada como la pública con respecto a la programación académica de las diferentes carreras?, ¿Cuál es el contenido de las materias que se les imparte a los alumnos de estas cuatro universidades?. Uno de los principales problemas que se presentó, es que cada universidad coloca en sus carreras materias de diversas disciplinas desde las ciencias sociales hasta la economía. Poder plantear categorías analíticas que permitieran comparara

⁹ Fuentes: folletos entregados por las universidades: Morón, Salvador, Kennedy, Palermo y Nacional de Mar del Plata.

las orientaciones de cada universidad fue difícil. No obstante, las hemos definido de la siguiente manera:

- a) materias con orientación a las ciencias sociales: sociología, antropología, historia, politología, demografía.
- b) Materias con orientación a lo comercial: Marketing, geografía, investigación de mercado, publicidad, manejo de RRHH, gerenciamiento, control y calidad etc. ¹⁰
- c) Materias técnicas con orientación económico-contables: matemáticas, estadísticas, economía contabilidad
- d) Materias con orientación lingüística: inglés, francés, portugués, alemán.
- e) Materias con orientación legal: introducción al derecho, derecho turístico etc.

El siguiente cuadro, resume comparativamente la cantidad de materias que una Licenciatura en Turismo tiene en cinco universidades, cuatro correspondientes al sector privado y una al público.

Cantidad de Materias por Universidad – Lic. En turismo. – Cuadro Nro. 5

	Turismo					
Materias	Morón	Salvador	Palermo	Kennedy	M.D.P	Totales
Sociales	6	13	0	10	6	35
Comerciales	24	17	28	23	13	105
Economía contabil	4	3	0	3	9	19
Lenguajes	5	5	6	4	2	22
Legales	2	2	0	1	2	7
Totales	41	40	34	41	32	

Fuente: Programas de Estudios de las Universidades. Elaboración propia. Diciembre 2006. Buenos Aires.

Una lectura general del cuadro, sugiere que la tendencia la encabezan las materias con contenido *comercial* (105 materias), aunque en mucho menor proporción le siguen las *sociales* (35), luego *lenguajes* (22), *contables y económicas* (19) y finalmente *legales* (7). Si los datos se analizan, por establecimiento tenemos que la mayor cantidad de materias comerciales en esta carrera son para Morón y Kennedy con 41 materias, seguido de Salvador con 40, Palermo con 34, y la Univ. Nacional de Mar del Plata con 32.

¹⁰ Si bien con la materia Geografía tuvimos algunos inconvenientes a la hora de clasificarla, según los contenidos de esa materia su orientación estaba avocada hacia el conocimiento y la explotación de los atractivos turísticos, por se motivo fue contabilizada como una material comercial.

Dentro de lo que corresponde a la formación académica de cada institución, es curioso notar la diferencia entre las materias comerciales y el resto. Así por ejemplo, las materias de esta índole representan en Morón el 59% del total de materias cursadas; en Palermo el 83%, en Kennedy el 59%. Sin embargo, en otras como Salvador ese porcentaje es sólo del 42% y más bajo aún para Mar del plata con 40%. Es curioso notar, que Palermo no dicta materias de carácter social, como así Salvador es la institución que mayor cantidad de materias sociales tiene en su programa, seguido por Kennedy, Morón y Mar del Plata. Por otro lado, se observa que la Universidad de Mar del Plata es una de las que mayor cantidad de materias económicas registra con respecto a las otras universidades; este tema sugiere una cierta coincidencia entre los objetivos de la carrera y la tecnicidad de las materias dictadas. Por último, podemos afirmar que las materias relacionadas con lenguas extranjeras tienen más presencia en la Universidad Kennedy que en el resto. Mientras que con respecto a las legales, no existe una diferencia entre los programas académicos que hemos analizado.

Si tomamos, las mismas directivas para la Licenciatura en Hotelería señalamos que:

Cantidad de Materias por Universidad. Lic. En Hotelería. Cuadro Nro. 6

	Hotelería					
Materias	Morón	Salvador	Palermo	Kennedy	M.D.P	Totales
Sociales	1	0	0	3	0	4
Comerciales	29	0	25	25	0	79
Economía contabil	8	0	0	7	0	15
Lenguajes	4	0	6	4	0	14
Legales	1	0	0	2	0	3
Totales	43	0	31	41	0	

Fuente: Programas de Estudios de las Universidades. Elaboración propia. Diciembre 2006. Buenos Aires.

En las carreras de administración hotelera, las materias *comerciales* son mayoría (79 materias), seguido de las *económicas* (15), las relacionadas a los *lenguajes* extranjeros (14) y en menor medida *Sociales* (4) y *legales* (3). Al igual que en el caso de la Licenciatura en Turismo, la Universidad de Morón es aquella que más materias comerciales registra en su contenido académico, seguido de Palermo y Kennedy. Salvador y Mar del plata siquiera registran una carrera en hotelería.¹¹

¹¹ Cabe aclarar que la Universidad del Salvador posee una carrera llamada Licenciatura en Turismo con orientación a hotelería, pero lejos está de poder compararse con una Licenciatura en Hotelería propiamente dicha.

En las carreras hoteleras, la relación porcentual entre las materias comerciales y el resto es mucho mayor si las comparamos con aquellas relacionadas al turismo. Por ejemplo, En la Universidad de Morón estas representan el 68% del total de materias, en Palermo el 80%, en Kennedy el 61%.

Si bien cada institución posee un perfil de egresado diferente es claro que en aquellas analizadas el contenido académico tiene ciertas similitudes. De esta forma, en los datos observados, podemos decir que tanto las carreras turísticas propiamente dichas como las hoteleras tienen una concentración de materias relacionadas a lo comercial. ¿Qué características poseen los egresados de turismo y hotelería?, ¿Cómo se analizan esas particularidades con respecto a otras disciplinas?

LA INSERCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

Lamentablemente, cuando uno comienza a analizar la información estadística con respecto a las carreras turísticas encuentra muchos obstáculos. Por un lado, tiene fuentes públicas como censos que no hacen referencia a la actividad propiamente dicha pero que son estadísticamente representativos y por el otro encuentra fuentes que tratan a las carreras turísticas pero pierden representatividad ya que las muestras son pequeños. Integrar esas fuentes en un panorama que refleje el crecimiento de la actividad no ha sido una tarea más complicada que la anterior. Los indicadores a evaluar fueron cinco:

- 1- Cantidad de graduados en turismo con respecto a otras disciplinas
- 2- Pertenencia político territorial de los graduados en turismo.
- 3- Edades de los graduados en turismo.
- 4- Composición ocupacional del rubro hotelería y servicios por disciplina estudiada.
- 5- Evolución de la cantidad de estudiantes inscriptos en turismo a nivel nacional desde 2000 a 2004.

Según el censo de 2001, se estimaba en Argentina 1.142.152 graduados universitarios, de los cuales 180.374 correspondían a Ciencias Económicas (16%), 177.030 a Medicina (15%), 145.194 a Ciencias jurídicas (13%), 132.186 a Humanidades (12%), 111.788 a Ingeniería (10%), 65.399 a Arquitectura (5%), 40.951 Farmacéutica (4%), y 37.529 a Ciencias de la Educación (4%) entre otros. Si tomamos a los graduados de ciencias económicas según su disciplina, tenemos que la mayoría provienen de la Contabilidad con un 62% (110219), le siguen la Administración y Dirección con 16% (29.158), Economía con 5% (9.581), Turismo y Hotelería 3% (5.997), Comercialización 3% (5.488), Comercio Exterior 2% (3731), Martillero Público 1% (1.873), Secretariado 0.54% (986) y otros 8% sin especificar (13.341). Dentro de los 5.997 que egresaron de

Turismo y Hotelería, 1.592 lo hicieron de Capital Federal (26%), 2.333 de la provincia de Buenos Aires (38%), 327 de Neuquén (5%), 139 de Córdoba (2%) entre otros.¹² Si observamos esta división el 64% de los graduados en estudios turísticos y hoteleros tienen residencia en Ciudad y Gran Buenos Aires. Si desagregamos los datos por edades, tenemos que de los 5.997 graduados hasta 2001, 2.516 tienen entre 20 y 29 años (42%), 2031 entre 30 y 39 (34%), 990 entre 40 y 49 (17%), 352 entre 50 y 59 años (6%), 56 entre 60 y 64 años (0.93%) y 52 sólo más de 65 años (0.86%).¹³

A diferencia de otras profesiones como contadores públicos, donde los estratos de mayor edad son aquellos que mayor cantidad de graduados registra, en el turismo y hotelería los estratos más jóvenes son aquellos que lideran la profesión, lo cual presupone que estamos en presencia de una carrera, que si bien lleva más de veinte años en el sistema educativo, comienza a tomar fuerza y publicidad recién entre fines del siglo XX y principios del XXI, para ser más precisos entre 1990-2005 (aún con una diferencia de cambio adversa).

Según ocupación tenemos que de un total de 5.750 graduados de todas las disciplinas que se desempeñaban laboralmente en hotelería y servicios, 31% provenían de las Ciencias económicas (1.779), 9% de Medicina (560), 6% de Derecho (337), 12% de las Ciencias Sociales (661), 8% de Ingeniería (459), 7% de Arquitectura (412), 2% de Educación (120), 2% de Ciencias Exactas (143), y 3% de Informática (158) entre otros.¹⁴

Estos datos, muestran que en el rubro hotelería y servicios las profesiones vinculadas a las Ciencias Económicas tienen la mayor incidencia de inserción laboral con respecto a otras profesiones como Medicina, Derecho o Ciencias Sociales. Específicamente, cuantos egresados de turismo y hotelería comienzan a formar parte de la planta laboral del sector es un dato que no está disponible en ningún centro de estadísticas oficial. En cuanto a las inscripciones en el sector privado, para la carrera de Sistemas para 2000 ingresaban 4.996 alumnos al sistema, para 2004 ese número desciende a 3.566. La misma tendencia puede observarse para otras disciplinas como la Administración, donde en 2000 se inscribían 5.314 aspirantes, cifra que baja en 2004 a 5.086. Por el contrario, en disciplinas como el Turismo y la Hotelería la tendencia fue en alza; por ejemplo en 2000 se registraban unos 1.194 alumnos, mientras que en 2004 ese número subió a 1.769 inscriptos, representando un

¹² Fuente: Censo 2001. INDEC. Cuadro 7.9 Total del País. Población de 20 años y más que completó nivel universitario por división político territorial según disciplina y área de estudio. 2001.

¹³ Fuente: Censo 2001. INDEC. Cuadro 7.10 Total del País Población de 20 años y más que completó nivel universitario por grupo de edad según disciplina, área de estudio y sexo. 2001

¹⁴ Fuente: Censo 2001. INDEC. Cuadro 7.13 Total del País Población de 20 años y más que completó el nivel universitario por rama de actividad Económica según disciplina. 2001

aumento del 48%.¹⁵ Cifra que supera la cantidad de aspirantes de otras carreras como publicidad, arquitectura, comercio internacional, economía, idiomas, y relaciones públicas. Lamentablemente, en el sector público los datos no hacen referencia a la carrera de turismo en forma específica, lo cual impide realizar las inferencias y comparaciones correspondientes. ¿Se repite esta tendencia de aumento en la cantidad de aspirantes a carreras turísticas en otras zonas del país?, ¿es el turismo un fenómeno urbano?.

En la zona metropolitana, entraron a la carrera de Turismo en 2000 unos 939 alumnos, mientras que en 2004 el número aumentaba a 1.155, representando un aumento del 23%. Si embargo, en el resto de la provincia de Buenos Aires los datos son diferentes. Por ejemplo, en 2000 ingresaban a carreras turísticas un total de 53 personas, cifra que descenderá para 2004 a 41 personas. En la región centro oeste del país de un total de inscriptos de 78 personas en 2000, se registraban unas 388 para 2004, lo cual implica un aumento del 398%. Asimismo, en la región nor-oeste de un total de 124 inscriptos para 2000, la cifra sube a 163 para 2004, en sí un incremento del 32%. Finalmente tenemos el caso de la Patagonia y sur argentino. A diferencia del resto del país, en esta región es el sector público, aquel que imparte la enseñanza de carreras turísticas. Acorde a esta aclaración, tenemos que se inscribieron en carreras vinculadas con Turismo y Hotelería un total de 782 aspirantes en 2000, mientras que esa cifra iba a decrecer drásticamente a 464 para 2004, casi una merma del 59%. ¿A que conclusiones podemos arribar después de todos los datos presentados?

A nivel nacional, las ciencias económicas representan al sistema educativo el 16% del total de graduados; asimismo aquellos graduados en turismo representan el 3% del total de los graduados en Ciencias Económicas. La mayoría de ese 3%, reside en Capital Federal o Conurbano Bonaerense, lo cual denota el turismo como actividad económica se constituye en un fenómeno netamente urbano que refuerza la disposición centralizada que ha caracterizado a la economía y la demografía argentina durante años. En cuanto a las edades, a diferencia de otras disciplinas, los graduados en turismo son en su mayoría jóvenes entre 20 y 30 años de edad, aunque también haya una cantidad importante ubicados entre los 31 y 40 años. Esto, denota que la actividad está tomando protagonismo en el sistema económico desde hace relativamente poco tiempo¹⁶.

¹⁵ Fuente: Anuario 2000-2004 de estadísticas universitarias. Cuadro 1.14. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Secretaría de Políticas universitarias. Disponible en www.me.gov.ar/spu/pmsiu.

¹⁶ Por ejemplo, en el año 1992 La Secretaría de Turismo de la Nación crea por resolución 763/92 el Registro de Idóneos en Turismo. El objetivo de la institución fue la organización y control de la actividad para la protección del turista. De esa manera, no se permite la concreción de un proyecto turístico sin la firma de un idóneo responsable ante dicho organismo. Para mayor información véase Ley Nacional número 18.829

Por último, si comparamos entre 2000 y 2004, la cantidad de aspirantes a carreras en turismo ha aumentado a nivel nacional un 48%, aun cuando cada zona sea un caso de análisis diferente. En zonas urbanas (como ciudad de Buenos Aires y Conurbano) se puede observar que las universidades privadas acaparan el monopolio de la enseñanza con respecto a las carreras turísticas; fenómeno que se da sino inversamente en otras regiones como la Patagonia donde además la cantidad de inscriptos muestra una tendencia sustancialmente negativa. Por ese motivo, es evidente que el crecimiento del turismo y su relación con el sistema educativo deben ser analizados por zonas, arribando a conclusiones parciales según dependa cada caso en particular. ¿Cuántos de los profesionales en turismo se dedican a la investigación científica de la actividad?. Desde el punto de vista de las estadísticas, esta pregunta es imposible de responder. No obstante existen dos organismos reconocidos en campo de investigación en Argentina. Sobre la lista de investigadores aceptados a ingresar al CONICET en 2006, según convocatoria, de 330 ninguno se presentó bajo disciplina relacionada al estudio del turismo y la población.¹⁷

Según entrevistas que hemos realizado con el centro de informes, de ese mismo organismo, no existe una carrera destinada a la investigación científica del turismo. Incluso, lo recomendable en estos casos es orientarse hacia la concreción de Maestrías o Doctorados en Sociología o Antropología. Ciencias que comúnmente se ocupan de estudiar e investigar el turismo¹⁸. En la actualidad existen funcionando contados centros de investigaciones turísticas. Entre ellos podemos mencionar, al centro de Investigaciones de la Universidad de Morón, al centro de investigaciones turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata (C.I.T), Centro de Investigaciones y Desarrollo del Turismo de la Universidad de San Martín (C.I.D.E.TUR) y el Instituto de Relaciones laborales, Comunicación Social y Turismo de la Universidad Nacional del Nordeste entre otros. Otra forma de abordar el tema es a través de una clasificación temática de los libros que se publican y se leen en Argentina. ¿Cuántos libros se publican anualmente sobre el turismo?.

Según datos de la Cámara Argentina del Libro desde 1995 a 2000 el “ranking” (sic) de los temas más publicados tiene que ver con Economía, seguidos de Educación y Derecho. Para el año 1999 se estimaba que la producción de títulos en Economía sobrepasaban las 3.500 unidades. Pero esas cifras cambiarían para 2003, los temas más editados fueron Literatura Española (3.509), Educación (1.677), (1.087) Derecho, (631) Ciencias Médicas, Ciencias Sociales (551), Ciencia Política (453),

¹⁷ Fuente: Registros públicos de ingresos en 2006. CONICET. Ingreso a la Carrera de Investigador Científico y Tecnológico Convocatoria 2006.

Información disponible en www.conicet.gov.ar/CIC/ingreso/ingreso_2006/resultados_2006. Extraído el 05-12-2006.

¹⁸ La Universidad de Morón es una de las pocas que posee una carrera con menos de cinco años de antigüedad que está orientada a la investigación antropológica del turismo. La carrera se denomina Licenciatura en Antropología con orientación al Turismo.

Literatura inglesa (424), Entretenimientos (389), Psicología (368), Teología (356) entre otros. En 2005, la hegemonía se mantendrá en manos de la literatura en general, seguida de temas educativos, derecho, medicina, historia y economía¹⁹. Lamentablemente, el organismo no posee información que nos permita saber cuantos libros se editan anualmente relacionados con temas de turismo y hotelería; sin embargo según nos comentó un informante clave del área de estadísticas, estos no deben sobrepasar el 0.01% del total producido a nivel nacional. Por otro lado, si observamos el catálogo de Librerías Turísticas, obtenemos veintitrés clasificaciones posibles con respecto a los títulos que publican las editoriales específicas que se dedican a Turismo y Hotelería. Tomando las más representativas, el siguiente cuadro comparativo nos muestra, la cantidad de títulos disponibles en “stock” por tema, como así el precio promedio que se deriva de la relación entre el precio unitario y la cantidad de unidades, por último el precio total nos da un estimado del valor total de todas las unidades.²⁰

LIBROS A LA VENTA POR TEMA (expresados en pesos argentinos). Cuadro Nro. 8

	Nro. Títulos	Valor Prom.	Valor Total
Agencias de Viaje	23	120,8	2762
Animación Turística	13	72	925
Arquitectura	13	164	2132
Arte	102	102	10393,6
Buenos Aires	88	32	2809
Cartografía	44	23	1010
Comercialización	57	136	7699
Ecología	39	82	3186,6
Folklore	31	81	2489,6
Gastronomía	750	130	97500
Geografía	12	181	2161
Historia	53	65	3445
Hotelería	196	100	21560
Idiomas	46	27	1203
Recursos humanos	35	194	6756,13
Transporte	46	111,8	5142,8

Fuente: Información de títulos disponibles en Librerías Turísticas, elaboración propia. 2006

¹⁹ Fuente: Cámara Argentina del Libro. Estadísticas de Producción disponibles en www.editores.org.ar/estadisticas/html. Información extraída el 04-12-2006.

²⁰ Librerías Turísticas es un establecimiento que centraliza la venta de libros y material para estudiantes y profesionales en Turismo. La información adquirida está disponible en www.librerfasturisticas.com.ar. Si bien, la fuente no es oficial; este establecimiento apunta a un público exclusivo compuesto tanto por estudiantes, docentes, profesionales e investigadores que hacen del turismo y la hotelería su actividad. La información se extrajo el 05-12-2006.

La mayor producción bibliográfica disponible a la venta corresponde a temas relacionados con la Gastronomía (750 obras), le siguen aquellos vinculados a la Hotelería (196 obras), Arte (102 obras), y libros descriptivos sobre Buenos Aires (88 obras). Con respecto a valor promedio por unidad, los libros de Recursos Humanos están considerados los más caros comparativamente con un precio promedio en pesos argentinos de \$194, le siguen los libros de Geografía con \$ 184, los de Arquitectura con \$ 164 y los de Comercialización con \$ 136 entre otros. En valores totales, encabezan la lista los trabajos de Gastronomía con \$ 97.500, los de Hotelería \$ 21.560, y los de Arte con \$ 10.393. Dentro de lo que representa el público que compra en librerías turísticas, los libros de Recursos Humanos son los más costosos, sin embargo aquellos de Gastronomía y Hotelería y Arte son los más publicados, cantidad y costo parecen ser dos variables que reflejan y nos quieren decir algo. Por un lado, la cantidad de libros editados con temas relacionados a la hotelería están en concordancia con el crecimiento de la actividad en la Ciudad de Buenos Aires y sostenida por el crecimiento del turismo como actividad económica. Por el otro, el encarecimiento de los libros con temas vinculados a los Recursos Humanos implica que se trata de obras importadas. Así lo demuestran, los nombres de quienes han escrito esos libros o las organizaciones a las cuales pertenecen los autores tales como O.M.T. (Organización Mundial de Turismo). ¿Por qué se importan libros sobre recursos humanos en Turismo? La respuesta confirma indirectamente los datos que ya hemos venido trabajando y la hipótesis que desarrollaremos exhaustivamente en la conclusión final. A lo largo de esta sección, hemos podido comprobar que:

- A- Existe un vínculo estrecho entre educación y sistema productivo en el turismo.
- B- El contenido de los graduados en turismo y hotelería tienen un perfil comercial.
- C- Según la estadística presentada, la mayoría de los aspirantes a carreras turísticas pertenecen a estratos jóvenes, con domicilio en los grandes centros urbanos.
- D- La cantidad de inscriptos en turismo crece en forma diferenciada por región, mientras en algunas zonas alcanza crecimiento de más del 100% en otras decrece considerablemente.
- E- No existen datos estadísticamente representativos que permitan inferir cuantos graduados en turismo se insertan laboralmente año a año y cuantos deben insertarse en otros rubros.
- F- En comparación con otras disciplinas la producción intelectual y la investigación científica en turismo es baja.
- G- Dentro de lo que representan los libros que se editan en turismo y hotelería aquellos orientados a la investigación científico-social de las relaciones humanas son importadas desde el extranjero. Por el contrario, aquella bibliografía que más se vende tiende a relacionarse con temas prácticos como Gastronomía y Hotelería.

Aunque no siempre, a veces el título de una investigación define el contenido de la misma. Hablar de Economía de la Educación no es lo mismo que decir Educación económica, y así en principio se tituló el trabajo. La economía de la educación se ve reflejada en la disposición geográfica de los centros educativos con respecto a los grandes centros turísticos del país, tales como Buenos Aires o Bariloche. Acorde a una práctica racional de aprovechamiento de recursos escasos, los centros educativos en turismo se encuentran próximos a los centros receptivos. Otro ejemplo, es la presencia mayoritaria de establecimientos privados donde los estudiantes pagan un arancel para asistir a la universidad. Este volumen de capital (financiero) pasa a formar parte del manejo económico de las redes universitarias. Tema muy distinto, es el contenido de las materias; allí se ve reflejado lo que hemos denominado “educación económica”. La formación de los recursos humanos en turismo muestra una tendencia y concentración de contenidos en su mayoría apuntado a concebir la actividad como un “negocio”. De esta manera, cada graduado tiene la posibilidad de acceder al mercado laboral y aplicar en forma práctica sus conocimientos, validando la “estructura” que lo ha formado. Dicho en otras palabras, el término “economía de la Educación” hace referencia al análisis de los recursos de los cuales dispone la educación, y “educación económica” denota que su contenido netamente económico-comercial. En el turismo ambos se dan en forma simultánea. El sistema educativo posee sus recursos que van íntimamente ligados con el desarrollo económico de la actividad, y por el otro la educación legitima a través de sus prácticas y contenidos ese proceso del cual se retro-alimenta recursivamente. Pero existe otra cuestión que no se ha tenido en cuenta hasta ahora, el papel de los procesos históricos y su influencia en la economía; en efecto, desde la década del noventa hasta la actualidad, la industria del turismo ha crecido tal como lo demuestran los datos presentados. Acorde a este crecimiento económico, también han crecido los establecimientos educativos relacionados con el turismo y la hotelería. Sin embargo, la lógica de ese desarrollo no escapa a los procesos de acumulación o crecimiento centrípeto que han caracterizado a la economía argentina desde hace décadas.

Así, el contenido discursivo de las carreras turísticas no está orientado a la investigación científica (auto-crítica por sí misma) del mismo sino a legitimar un orden económico condicionado por procesos socio-históricos pre-existentes tal como pensaba el profesor Durkheim en los comienzos del siglo XX. De todos modos, esta afirmación es temporaria y trae nuevos interrogantes que deben seguir siendo trabajados: ¿qué formación académica e institucional poseen los funcionarios de las más altas jerarquías que ocupan puestos de decisión tanto en el sector público como privado?, ¿Cómo se manejan y cuales son sus lealtades de grupos?, ¿forman algún tipo de élite o persiguen

intereses diversos? ¿Qué influencias tienen esas redes en las políticas públicas en materia de planificación turística?

Referencias

BORDIEU P.

a) *Capital Cultural, Escuela y Espacio Social*. 2003. Siglo XXI Editores.

b) *Las Estructuras Sociales de la Economía*. 2001. Editorial Manantial.

DOUGLAS M. – *How Institutions Think*. 1986. Syracuse University Press.

DURKHEIM E.

a) *Estritos Selectos*. 1993. Editorial Nueva visión. Obra al cuidado de Anthony Giddens.

b) *Educación y Sociología*. 1999. Ediciones Altaya.

GIDDENS A. – *Capitalismos y la Moderna teoría Social: un análisis de los escritos de Marx, Durkheim y Max Weber*. 1998. Editorial Idea Books.

GRANOVETER M. –

a) *Economic Action and Social Structure: The problem of Embeddedness*. 1985. Volumen 91, Issue 3. Pp. 481-510. Disponible en www.jstor.org.

b) *Getting A Job: a study of contact and careers*. 1974. Second edition. Chicago University Press.

POWELL W. y DIMAGGIO P. – *El Nuevo Institucionalismo en el Análisis Organizacional*. 1983. Fondo de Cultura Económica.

POZAS M. A. Y OTROS – *La Sociología Económica: una lectura desde América Latina*. 2004. Cuaderno de Ciencias Sociales número 134. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

SCHMITT V. Y REICH W. – *Psicoanálisis y Educación*. 1998. Atalaya Editorial.

SHOOTER A. *The Economic Theory of Social Institutions*. 1981. Cambridge University Press.

WHITE H. *Indentity and Control: a Structural Theory of Social Action*. 1992. Princeton University Press.

CAPITULO II. Alumnos Frustrados

La educación puede comprenderse como un proceso de producción y reproducción del orden cultural vigente en donde se establecen ciertos códigos sociales y de relación específicos (Durkheim, 1997; Bordieu y Passeron, 2003; Bernstein, 2003). Lo cierto, es que su etimología tiene dos significados bien distintos. Por un lado, proveniente del latín *educare*, el término hace referencia a “alimentar ganado”; mientras que por el otro, significa “guiar o conducir”. Si se toma una u otra como referente, se puede concebir a la educación como una forma codificada y específica de dominación o como un mecanismo de inserción social.

En este contexto, el siguiente artículo se constituye como un abordaje de tipo exploratorio con el fin de formular potenciales hipótesis de trabajo en evidencia de mayor representatividad muestraria. En consecuencia, el objetivo del trabajo versa en describir las motivaciones, expectativas y posibles estereotipos que tienen los ingresantes a las carreras de grado en turismo en Buenos Aires.

Desde un punto de vista exploratorio y cualitativo, se ha tomado como unidad de análisis a 8 alumnos de entre 18 a 35 años concurrentes de una prestigiosa Universidad Argentina cuya característica o variable principal es ser ingresantes al primer año de la licenciatura. La no representatividad muestraria con respecto a su universo, sugiere que los resultados obtenidos sólo sean aplicables a este grupo, por ende su alcance sea parcial, y además no sean generalizados o proyectados fuera de este contexto.

Las preguntas principales que dirigen la investigación versan sobre ¿cuáles son los estereotipos más comunes de los alumnos ingresantes con respecto a la carrera turística?, ¿Cuáles son según sus perspectivas los escollos que creen afrontar durante la misma?, ¿Cómo creen que pueden superar esos obstáculos?.

Una idea tentativa, sugiere que los alumnos ingresantes a las carreras iniciales en Turismo asocian la carrera a estereotipos relacionados con el placer, el viaje como forma de desplazamiento geográfico y la diversión.

ESTADO DE LA CUESTION

Evidentemente, el turismo es considerado hoy como una industria más bien relacionada con el placer, el hedonismo y los viajes, que con la investigación científico-académica. Este estereotipo es

muchas veces sustentado por las mismas Ciencias Sociales que trivializan los alcances de los turistólogos (Franklin y Crang, 2001; Santos Filho, 2008).

Si bien no sea necesario (en este momento) entrar en un debate sobre que es el turismo en sí, existe consenso por algunos investigadores en señalar que gran parte de la educación universitaria hace referencia a la actividad como un fenómeno comercial. (Cooper, 1992; Coles, Duval y Hall, 2005; Salazar, 2006)

Por el contrario, para Jafar Jafari la perspectiva científico-céntrica en el estudio del turismo obedece a los propios parámetros de la cientificidad occidental. La misión de esta “plataforma” versa en describir pero sobre todo explicar, las diferentes dinámicas que dan origen al turismo como fenómeno social. (Jafari, 2005)

No obstante, como sostiene Salazar, gran cantidad de investigadores y científicos sociales cuya disciplina no pertenece a la turismología, se están viendo interesados en estudiar temas relacionados al turismo. Esto requiere, sin lugar a dudas, un enfoque multidisciplinar de diálogo e interacción. El punto central, no radica en discutir sobre que disciplina tiene mayor ingerencia u objetividad en el estudio del turismo, sino precisamente sobre cuales son las herramientas metodológicas más adecuadas para estudiar el tema en un contexto por demás cambiante. (Salazar, 2006)

En esta misma línea, aunque con una hipótesis de trabajo diferente, Keila Mota explica que la integración multidisciplinar requiere de un *núcleo* cuyo contenido se forma de los “paradigmas” comunes a las disciplinas involucradas; *puntos adaptables* donde el conocimiento puede ser adaptado o modificado; y finalmente *puntos descartables*, que por su constitución inherente a la disciplina que le da origen, no pueden ser adaptados de ninguna manera al estudio científico del turismo. (Mota, 2004)

Sin embargo, en Argentina la realidad parece ser otra. En un trabajo de tipo empírico con manejo de fuentes cuantitativas a escala y cualitativas (triangulación), Korstanje demostró que las principales escuelas universitarias en Turismo ubicadas en la Ciudad y Provincia de Buenos Aires (Argentina), ofrecen una alternativa académica con arreglo a perspectivas comerciales a sus alumnos en detrimento de una postura académico-científica; la educación turística lleva a reproducir las estructuras económicas históricamente vigentes de una región o país determinado (Korstanje, 2007). Como bien ha observado De Kadt (1995), que el turismo sea una actividad capaz de promover la autonomía o dependencia económica sólo se sujeta a los procesos históricos en los cuales esa sociedad se encuentra inserta.

Por otro lado, la cientificidad del turismo, en realidad, no depende a la actividad en sí misma, sino del método que se utilice para estudiarla. Al respecto, Schluter sugiere toda una gama de abordajes y temas en relación a la investigación turística. En este sentido, la autora sostiene “*a pesar de los numerosos estudios realizados aún queda mucho por conocer sobre el fenómeno turístico. Por esta razón, los estudios que se limitan a describir el fenómeno aún son de gran utilidad y constituyen la base de futuros trabajos que pretenden establecer relaciones causales entre variables*” (Schluter, 2005:21).

Pero ¿que expectativas tienen realmente los alumnos ingresantes en las carreras universitarias de grado con respecto al turismo?, ¿Cuáles se supone que son los obstáculos que ellos creen encontrarán a lo largo de la misma?.

PLANIFICACION, DESARROLLO, EXPECTATIVAS Y FRUSTRACION

Comprendemos al desarrollo psicológico como un elemento clave en la conformación de la personalidad y su forma de ver el mundo. El crecimiento biológico del niño en su primera etapa estará condicionado por la relación con sus cuidadores (padre o madre), y de ese vínculo surge su representación del entorno por medio de mecanismos sustitutivos del amor filial como el juego. Aquellos vinculados en ambientes de estabilidad emocional demostrarán una tendencia a desarrollar una exploración del mundo circundante mayor en comparación con aquellos insertos en entornos de inestabilidad. Existe todo un conjunto de expectativas y frustraciones derivadas de la forma en que el niño construye su mundo. Esta tendencia a desplazarse en busca de nuevas experiencias (fuera del lazo materno o del objeto transicional) conlleva en la adultez a la idea de adquirir conocimiento y relaciones duraderas. Los problemas que plantea el medio al ego durante toda su vida biológica y las diferentes estrategias formuladas por éste, para enfrentarlos o retraerse, se forman en los estadios primarios del desarrollo cognitivo infantil (Bowlby, 1989) (Winnicott, 1996) (Reich y Schmitt, 1998). De esta forma, un correcto (estable) vínculo parental en conjunción con acertadas estrategias de resolución de problemas genera una habilidad específica para resolver problemas y una mayor tolerancia la frustración (personalidad de tipo segura).

Dentro de la misma psicología las diferentes escuelas apoyan consideraciones epistemológicas e hipótesis diversas en relación a la estructuración y desarrollo cognitivo. A mi juicio y a los efectos de esta sección quien mejor ha tratado y resumido este tema es la psicóloga Rojas Ospina en su artículo titulado *Planificación cognitiva en la primera infancia*, sostiene “*una hipótesis probable se*

relaciona con la flexibilidad como una característica de la planificación, pues el niño adapta la forma de resolución de acuerdo con el problema que la tarea le plantea; sin embargo es interesante plantear si esta flexibilidad es inherente a la planificación o si tiene que ver con el momento del cambio en el que se encuentra el niño en la tarea o si está determinada ya a un nivel de dominio general por el grado de relación entre las diferentes herramientas de pensamiento en la resolución de problemas” (Rojas Ospina, 2006:113).

Para la *perspectiva del desarrollo*, la adquisición de etapas básicas y complejas como la memoria o el lenguaje se da por medio de un proceso lineal evolutivo de ensayo y error (Piaget, 1985). Esta corriente, hace referencia a la cadena de medios y fines para la concreción de objetivos como un modo natural de la construcción en la personalidad.

Por el contrario, para la *corriente de la información* los problemas son tomados como forma de estudio de los procesos mentales. Es decir, el factor clave -en estos estudios- no es la consecución lógica de medios para un objetivo, sino la capacidad del actor de alternarlos en forma cambiante acorde a su experiencia y las restricciones del medio que lo rodea. (Newell y Simon, 1972)

En este sentido, la *corriente funcionalista* considera a la planificación cognitiva como una herramienta que permite al sujeto prever y anticiparse al problema, antes de que éste realmente suceda y le provoque ansiedad. Los objetivos presentados crean en el sujeto toda una gama de representaciones hipotéticas que permiten construir formas guiadas de acción para cada uno de los problemas. Estas representaciones ideales se denominan también expectativas.

Al respecto Ospina advierte “*el niño manipula de forma directa el dispositivo, pudiendo observar los efectos de sus acciones sobre el objeto. Mientras que cuando el niño prevé, implica acciones mentales sobre un modelo imaginado; implica distanciarse de lo actual y supone una representación de condiciones de la situación que no necesariamente están presentes” (Rojas Ospina, 2006:107)*

En efecto, la escuela funcionalista sostiene que el niño -por medio de la abstracción- puede evaluar los recursos disponibles y anticiparse a los diferentes problemas que pudiera surgir acorde a un nivel de complejidad mayor. La posibilidad de adecuarse a las normas, o a las oportunidades por medio de la anticipación parece según esta corriente teórica un elemento presente desde la temprana edad. (Rojas Ospina, 2006)

¿Pero que se entiende realmente por expectativas?, ¿Cómo interactúan con el desarrollo en procesos de aprendizaje y adaptación?.

El aprendizaje sugiere que el niño establezca toda una gama de experiencias e imágenes sobre su mundo. El mundo creado es consecuencia de principios de exploración, ensayo y error. El sujeto acomoda sus experiencias surgidas de la interacción con el ambiente a esquemas de estructura cognitiva por medio de la construcción de engramas (mapas). Esta especie de mapas le dará un sentido a su vida, y a su forma de comprender el mundo. Por tanto todos los eventos, son externos al sujeto y sólo son interpretados según su sentido adquirido. Como acertadamente señalan Ceberio y Watzlawick (1998:76) *“la selectividad perceptiva permite la mirada, admitiendo solamente algunas particularidades del objeto que son relevantes para el observador y nada más que para él, o en última instancia para un grupo de personas que comparten una percepción similar por medio de un código común. Esta impronta se tiñe de intencionalidad, y no es ingenua, a través de la constitución de engramas asociados a significaciones, convirtiendo el acto de conocimiento en auto referencial”*. Por otro lado, las expectativas se vinculan al mundo percibido, como guías ideales (culturales) que de concretarse se transforman en objetivos. La posibilidad de buscar y fijar en el sentido de Ceberio y Watzlawick, considera la posibilidad de pérdida y posterior sentimiento de frustración. En resumidas cuentas, tanto la expectativa como la frustración son partes inherentes al proceso de aprendizaje. Comprendiendo a ésta última como *todo aquel sentimiento desagradable experimentado por el sujeto al verse trunco sus metas deseadas*.

En consecuencia, a las expectativas como tipos ideales creados por ciertos mecanismos perceptivos cuando las condiciones de previsibilidad son escasas; por línea general, la expectativa sopesa las posibilidades a favor y descarta selectivamente por medio de la percepción aquellos puntos críticos que pueden atentar contra la concreción de la misma. En sí, una expectativa, es una simple suposición de un evento potencial plausible de ser cumplido o incumplido. En el caso de incumplimiento, la expectativa puede derivarse en frustración. *En contextos sociales adversos, las expectativas cumplen una función de homeostasis para el ego generando escenarios hipotéticos positivos mediante el proceso de factores de privación y carencia (estímulos negativos) recibidos del entorno* (Ceberio y Watzlawick, 1998). Así, un individuo con bajos recursos económicos puede concebir su carrera como una forma de salir o superar ese estado dándole cierta prioridad en cuanto a otras cuestiones de su vida.

Siguiendo este mismo ejemplo, en el caso de las carreras universitarias, donde su concreción exige y requiere de cierto lapso de tiempo y diversidad de acciones, las expectativas se comportan acorde

a un escenario de escasa previsión (incertidumbre) y por lo tanto se vinculan más a las experiencias pasadas del estudiante en la escuela secundaria que a la vida universitaria en sí; en efecto, el ingresante tiene un escaso conocimiento del mundo universitario por tanto construye sus expectativas acorde a experiencias vividas en lo mediato.

Según varios estudios de los psicoanalistas Wilhelm Reich y Vera Schmitt, durante su educación los niños mantienen cuatro etapas diferenciadas entre sí, pero cuyo hilo conductor es una necesidad constante de poseer; a medida que el sujeto va creciendo y desarrollándose en su vida adulta, esa necesidad de posesión territorial se traduce en necesidad de conocimiento. Los autores, sostienen que tanto en la edad temprana como en la adulta, el afán de posesión se encuentra presente en todos los estadios evolutivos. En consecuencia, las expectativas y las frustraciones se relacionan estrechamente con la posibilidad de recibir o perder que percibe el ego (Reich y Schmitt, 1998).

Si bien como ya se ha mencionado las expectativas son necesarias para el sujeto, cuando se convierten en excesivamente altas, existe un riesgo (patológico) bastante elevado a generar procesos de frustración, los cuales a su vez se derivan en casos más complejos de depresión y evasión. La incapacidad por alcanzar los objetivos planteados en forma sistemática, invierte el mecanismo y crea en el ego ciertos modos de valoración sustentados no por el éxito propio sino por el fracaso ajeno, a esta figura el psicoanalista Hugo Bleichmar llamó *narcisismo bipolar* (Bleichmar, 2002).

Lo expuesto hasta el momento, lleva también a preguntarse ¿cuáles son los problemas educativos más comunes en los estudiantes universitarios y que vínculos tienen estos en el turismo?.

LOS PROBLEMAS EDUCATIVOS Y EL TURISMO.

La educación universitaria, parece por estos días no tener la calidad que tenía en décadas anteriores. Tenti Fanfani sugiere como causa principal a la homogeneización y el acceso (gratuito) generalizado a la misma. La posibilidad de extender la educación a grandes capas de la población paradójicamente ha bajado el interés y la motivación de los alumnos por ella. (Tenti Fanfani y Sidicaro, 1998; Tenti Fanfani, a2000; Tenti Fanfani, b2000; Tenti Fanfani, 2003)

Sin embargo, la tesis de Fanfani es insustentable por tres motivos principales. En primer lugar, el contexto al cual el autor hace referencia poco tiene que ver con la modernidad y los procesos sociales que de ella se derivan. Segundo, ante la diversidad provocada por las migraciones masivas de mitad de siglo XIX, la educación pasa a formar parte de un proceso de integración basado en complejos procesos de construcción identitaria con bases al estado-nación, pero su aplicación no es lineal ni mucho menos progresiva. Por último, aun cuando la educación paga o jerarquizada pueda

crear nuevas maneras de valorarla, en cuestiones universitarias se encuentran grandes problemas de deserción y rotación estudiantil en universidades con altas cuotas de entrada. En otros términos, nada asegura que la educación pública no sea más motivadora que la privada o viceversa. (Korstanje, 2007)

Por otro lado, la educación se configura como un espacio de reflexividad entre alumno y maestro, donde las experiencias de cada uno y sus expectativas se alimentan recíprocamente. Así, el profesor Viegas afirma *“la experiencia pedagógica se convierte en una invitación a exponer los lenguajes, sueños, valores y encuentros que constituyen la vida de aquellos cuyas historias son, con frecuencia, activamente silenciadas, por acción, por omisión, por los dueños del conocimiento”* (Viegas, 2008:170)

Sin embargo, los claustros académicos pueden ser una fuente de presión y estrés para muchos estudiantes. El efecto que ejerce sobre sus expectativas, la presión educativa y la excesiva reglamentación como así también la frustración provoca malestares de tipo psico-sociales.

Un estudio empírico aplicado a estudiantes universitarios en Buenos Aires reveló que las mujeres tienen una tendencia a la desmoralización con respecto a los varones. Desde este prisma, el 30% de la muestra femenina mostró trastornos y malestares psicológicos mientras que el 15% de los varones padece dichos malestares (Casullo y Quesada, 2003).

Otro estudio conducido en la Universidad Jaime I de España en un total de 872 alumnos, demostró que los principales obstáculos en sus carreras eran: realizar demasiadas tareas, los horarios, la temperatura del ambiente, un excesivo número de créditos, la reprografía, y manejo de la ansiedad en los exámenes entre otros. Sin embargo, estos escollos (percibidos) fueron contrarrestados con ciertos aspectos facilitadores tales como el compañerismo, la biblioteca y el apoyo familiar. En tendencia general, se dieron bajos niveles de estrés estudiantil y satisfactorios índices de dedicación. (Salanova Soria et al, 2005)

En efecto, cabe mencionar que ante cierta privación existen elementos compensadores que pueden ser tomados y re-elaborados por el sujeto para construir su equilibrio psíquico. En este sentido, las expectativas con sus obstáculos y facilitadores se constituyen como “tipos ideales” capaces de re-elaborar simbólicamente las diferentes privaciones del entorno y proyectarlas en forma onírica. Pero por otro lado, esto no puede analizarse en forma disociada, y es menester relacionar la

expectativa del estudiante con el discurso docente; o mejor dicho, la influencia que el discurso universitario tiene sobre el alumno.

El turismo, más que hecho social, se relaciona según el pensamiento docente a una internacionalidad y supuesta competitividad de mercado. Este discurso economicista, le da al turismo un giro de carácter comercial. Además, como una actividad multiplicadora de divisas, el Turismo presupone una interacción entre dos o más grupos y en consecuencia un proceso relacional el cual debe llevarse a cabo en contextos de cierta estabilidad institucional. “Conocer al turista y sus preferencias con respecto al consumo”, es una forma de crecimiento curricular para el estudiante. Pero ¿alguien se preguntó por qué?, o ¿mejor dicho bajo cuáles contextos?

Al respecto, Machini sostiene *“el turismo es un fenómeno internacional, de estructura compleja, en continuos y rápidos cambios en lo social, tecnológico y político. Para hacer frente a este contexto, requiere profesionales que sean el producto de la perfecta y equilibrada ecuación de los tres saberes que sustentan los planes de estudios en la formación de competencias: saber, saber hacer y ser para satisfacer las necesidades de una demanda cada vez más exigente, donde los estados son concientes que es un actividad económica que genera una fuente de ingresos importante.”* (Manchini, 2008:35)

Si por un momento, se analiza el discurso que precede, se obtienen dos estructuras bien diferenciadas que luego se encuentran presentes en el estudiante: a) la internacionalidad del turismo exige un fuerte contexto de inestabilidad y competencia en donde el conocimiento se constituye como el elemento central; y b) el turismo es comprendido como un fenómeno netamente económico, en donde el profesional debe ubicarse en relación de servicio en cuanto a las necesidades del turista o huésped.

Por otro lado, lamentablemente existen pocos antecedentes enfocados en las expectativas que los estudiantes de turismo tienen sobre la carrera (Aguiló, 1999); no obstante, Barrado Timón (2001) sugirió (ya hace unos años atrás) una tendencia a concebir al turismo como una actividad más enfocada en describir paisajes que en estudiar aspectos científicos de la geografía humana. Al respecto, el autor señala *“a partir de mi propia experiencia docente a futuros titulados en turismo, he comprobado como a priori muchos estudiantes no atribuyen a la Geografía más que un papel descriptivo de los atractivos reales o supuestos de un lugar: una formación estrictamente enciclopédica que se acerca mucho más a una guía de viajes que a un conocimiento científico y aplicable”* (Barrado Timón, 2001:8)

Para Barrado Timón, la causa principal del problema es la tendencia economisista que presupone considerar a la geografía y al turismo como meras formas descriptivas de paisajes por recorrer. Esta postura se caracteriza por una falta evidente de reflexión y crítica hacia el propio objeto de estudio; y en consecuencia trivializa sus alcances y perspectivas. La intención del autor, es relevar los planteamientos e intereses propios del alumnado, y la relación que estos pudieran tener con la formación geográfica. Asimismo, la muestra se subdivide en tres grupos mutuamente excluyentes; el primero se conforma con alumnos quienes ingresan a la carrera por vez primera, y luego los otros dos, con alumnos que demuestran experiencia en el cursado de otras materias vinculadas a la geografía. (ibid: 10)

En forma comparativa, el autor encuentra que el grupo sin formación geográfica previa tiende a considerar a la geografía como una forma descriptiva del recurso turístico (85) en comparación al grupo con formación obligatoria (73) y con formación geográfica optativa (21). Esto, simplemente, denota que *“aún persiste con fuerza la visión de la geografía como un conocimiento enciclopédico y, en gran medida, pre-científico. Evidentemente, ésta no es privativa de los estudiantes de turismo, y difícilmente se podrá actuar contra ella desde la Universidad. Tan sólo la mejora de la formación espacial en la enseñanza primaria y secundaria, junto con el papel social de los geógrafos, podrá cambiar la percepción negativa que desde prácticamente su consolidación viene arrastrando en España esta Ciencia”* (ibid: 20).

Se considera al mencionado estudio, como de gran importancia para el presente capítulo exploratorio por dos motivos centrales; en primera instancia, permite analizar la posición y formación pre-universitarias del estudiante como mecanismos los cuales coadyuvan en la creación de expectativas e ideas sobre una determinada carrera o disciplina; segundo, hace expresa referencia a la tendencia economisista que considera al turismo como una actividad comercial a-crítica y superficial.

DISEÑO METODOLOGICO

Desde un punto de vista metodológico, consideramos que si bien no es necesario desglosar los datos por edad y género, por otro lado, es importante mantener cierta neutralidad y equilibrio en la composición de la muestra tratando de controlar las variables ambientales que pudieran condicionar las respuestas obtenidas. *Asimismo, el tamaño de la muestra no es estadísticamente representativo del universo estudiantes universitarios en turismo, por ese motivo, la metodología utilizada ha seguido una modalidad exploratorio-descriptiva más que extensivo-explicativa.*

De esta manera, la muestra se compone de 4 varones y 4 mujeres de entre 18 y 35 años de edad, alumnos de primer año de la Licenciatura en Turismo, turno noche.

A todos ellos, se les dio tiempo a elección para responder a tres ítems principales:

- a) Especificar tres primeras palabras que vinieran a la mente al mencionar Turismo.
- b) Detallar cuales son las expectativas que tienen los involucrados con respecto a su carrera.
- c) Detallar cuales son los obstáculos que van a enfrentar en la duración de la misma.

Con el fin de no restringir la profundidad de las respuestas y por las características del grupo, se ha decidido no aplicar cuestionarios cerrados o semi-estructurados, sino por el contrario dejar que el alumno vuelque sus expectativas en forma libre y anónima.

El ítem A hace referencia directa a los tres principales estereotipos propios del turismo en los alumnos; el ítem B intenta explorar sobre las expectativas emocionales y cognitivas de los alumnos con respecto a una carrera que recién comienza, y por último el ítem C, considera una proyección (preactiva) de los problemas que conlleva la carrera y las formas tentativas de solucionarlos.

ANALISIS DE LOS DATOS

A modo introductorio se puede establecer al estereotipo viaje o desplazamiento en 7 de los 8 consultados. Asimismo también se encuentran referencias expresas al placer, a la experiencia, y al ocio al momento de identificar con un término al turismo. El siguiente cuadro comparativo demuestra lo expuesto:

Cuadro N 1. Agrupación de estereotipos por motivo

Item	Viajes	Experiencia	Conocer	Placer/Recreac.	Ocio	Descanso	Otros
1	x	x	X				
2	x	x	X				
3	x			x	x		
4	x			x		X	
5	x				x		x
6	x			x			x
7	x	x				X	

8				x		X	x
Totales	7	3	2	4	2	3	3

Fuente: Elaboración Propia, Buenos Aires, 2008.

Como puede observarse, en el cuadro número 1, los viajes y los desplazamientos llevan un total de 7, seguido del placer o recreación con 4, luego los estereotipos experiencia, descanso y otros con 3, y por último el conocimiento y el ocio con 2.

Los datos expuestos, llevan a confirmar que existe cierta presencia en los consultados de asociar al *turismo* con estereotipos vinculados al placer, el viaje y el descanso que a la investigación científica propiamente dicha. En cuanto a las expectativas propias de la carrera, las respuestas han sido diversas y un análisis de contenido (discurso) parece el método de exposición más pertinente. Por un tema de ética profesional, los nombres verdaderos no serán revelados.

Se ha realizado un análisis de contenido con respecto a los verbos utilizados por los consultados en sus respuestas con respecto a las intenciones para con la carrera. Desde una perspectiva lingüística, el verbo denota acción y de su interpretación pueden surgir resultados interesantes. Como conector y generador de la acción, el verbo le otorga al sustantivo un sentido cierto y específico, que de tener la posibilidad amerita ser estudiado. Por tal motivo, se ha procedido a dividir los verbos en cuatro grupos: *de aprehensión o utilidad*, como por ejemplo poder, estar, trabajar, tomar, servir, poseer, permitir; *relacionados al conocimiento*, como conocer, capacitar, etc; *de interacción* tales como mostrar, convivir, contribuir y transmitir; y otros.

Cuadro N 2 – Conteo de Verbos por motivo

Tipo de verbo	Conteo	% del total
De aprehensión	11	45,83
De Conocimiento	7	29,16
De Interacción	4	16,66
Otros	2	8,33
Total	24	99,98

Fuente: Elaboración Propia, Buenos Aires, 2008.

El cuadro número 2, muestra claramente que en las respuestas recogidas (sobre las expectativas de la carrera) existe una clara tendencia a observar verbos relacionados con *la aprehensión* (11), seguido luego de *relacionados al conocimiento* (7), *interacción* (4) y otros (2). Este hecho, da una idea general del turismo como una actividad práctica con arreglo a verbos que denotan poder y utilidad, seguido del conocimiento como forma misma de concentrar ese poder, en detrimento de otras tipologías como la interacción. El poder es parte inherente a la naturaleza humana y en consecuencia acompaña al hombre durante toda su vida, un niño tiene la propensión a tomar objetos de su medio ambiente y mientras se desarrolla reemplaza esa necesidad por la de conocer; en el conocer también hay una tendencia a la posesión sea ésta material o simbólica (Reich y Schmitt, 1998).

Por otro lado, una de las mayores preocupaciones de los estudiantes de turismo, al ingresar a la carrera parece ser, asegurarse una inserción laboral en el mercado turístico que les permita cierta experiencia y encarar un proyecto propio. Esta forma de ver el negocio, se distancia de la visión clásica donde (años atrás) los estudiantes declaraban tener como objetivo póstumo el insertarse en puestos comerciales medios en hoteles o agencias de viajes y hacer carrera en ellos. Según Barrado Timón (2001), se observa en los estudiantes de turismo y hotelería de los primeros años, un cambio en la forma de ver su futuro desempeño laboral. Actualmente, la preocupación del estudiante versa sobre la posibilidad y las limitaciones de intentar proyectos comerciales propios o por lo menos, proyectos donde su participación sea protagónica. En concordancia, con lo expuesto, entra las expectativas de Esther, está *“lograr implementar un negocio propio relacionado con la carrera, luego de realizar una experiencia laboral en el área”, aunque también “conocer diferentes lugares y culturas, y poder realizar su carrera de la mejor forma posible”*. Sin embargo, esta idea no se encuentra presente en todos los estudiantes. En el caso de Fernando su expectativa con respecto a la carrera es simplemente *“capacitarme para poder trabajar en un sector que en mi opinión está creciendo en el país”*. Esta opinión no muestra una idea de liderazgo o proyección de un negocio propio como si lo hace Esther.

En otros casos, los estudiantes deciden a estudiar turismo no solo por el aspecto económico de la actividad sino también por la posibilidad de conocer nuevos paisajes y culturas. El factor estético y de relación psico-social parece una de las ideas centrales en los estudiantes (ingresantes) de turismo; así cuenta Leandro *“mi expectativa con el turismo/hotelería es que me permita ejercer la profesión fuera de la ciudad de Buenos Aires. Poder transmitir y mostrar a las personas lugares distintos, contribuir a través del servicio con que las personas pasen momentos agradables, vinculándose al*

entorno en el que se encuentran, ya sea desde la belleza de los paisajes, la historia de los lugares, la perfección de la arquitectura etc.”

En forma análoga, Romina también hace referencia a la interacción con turistas como una de las formas de adquirir conocimiento y de buscar la convivencia en la propia sociedad. *“¿Qué me gusta?, la interacción con turistas de distintos lugares, que me permiten conocer parte de su cultura al hacerlos convivir con nuestra sociedad. El enriquecimiento que da el intercambio cultural propio de la actividad turística”*

En las respuestas transcritas queda claro la dualidad del turismo como actividad para sus futuros profesionales, alternando a su vez elementos tan antagónicos en la vida social como placer y distensión con trabajo y dedicación. En este sentido, la declaración de Sebastián son más que elocuentes *“mis expectativas son relacionarme con la gente en un momento placentero, generado por un viaje, como por ejemplo formando parte del servicio que se les brinda”*

Ahora bien, como ha señalado Rojas Ospina (2006), el individuo tiene ya consigo la capacidad de configurar y construir escenarios hipotéticos producto de sus propias expectativas y experiencias. En este sentido, podemos inferir que: *las expectativas en los estudiantes de turismo son una creación (onírica) en un tiempo futuro basada en las propias experiencias adversas en el escenario presente.*

En cuanto a ello, ¿cuáles son precisamente los problemas que creen encontrar en la carrera y como los solucionarían?.

Aquí, surge un elemento interesante que antes no habíamos tenido en cuenta. Entre las respuestas analizadas se encuentran:

- A) La dificultad de trabajar y estudiar al mismo tiempo.
- B) Conocimientos insuficientes en cuanto a los destinos turísticos; y las temáticas propias del turismo. En este mismo ámbito, la falta de capacitación a los profesionales del sector.
- C) La expresión oral o escrita denotando problemas propios de la formación en el secundario.
- D) Problemas relacionados con la inserción laboral.

Lamentablemente, en los consultados no hay una referencia concreta a la forma de solucionar los obstáculos durante la carrera; no obstante existe una marcada relación entre fantasía (cuya máxima expresión se nota en sus expectativas) y la realidad (la cual no es otra cosa que la vida cotidiana).

Para aquellos que dicen tener como expectativa central la inserción laboral, su preocupación mayor es *“trabajar y estudiar: en este momento no lo estoy haciendo pero estoy intentando conseguir trabajo para solventar gastos de la carrera”* (Esther); o en el caso de Fernando que dice *“estar trabajando y no poder dedicarle el tiempo suficiente a la carrera”*.

Esta tensión inherente entre trabajo y estudio, se ve proyectada en cuanto a la elección de la carrera alternando placer y profesión. Así, por ejemplo para Esther sus expectativas son *“conocer diferentes lugares y culturas”*, mientras que par Fernando *“capacitarse para poder trabajar en el sector”*.

Este elemento onírico / profesional con arreglo a lo exótico (como forma de escape) se ve también en otros alumnos como Leandro que considera la posibilidad de *“ejercer mi profesión fuera de la ciudad de Buenos Aires, poder transmitir y mostrar a las personas lugares distintos.”*

En analogía a lo expuesto según Romina, ella prefiere la interacción como forma distintiva del turismo y a su vez como una manera de conocer al otro en la propia sociedad. Esta clase de intercambio cultural, que Romina además presupone propia de la actividad turística, se proyecta en forma inversa en los problemas que ella ve como inherentes de la propia actividad.

Esta inconsistencia o tensión, entre expectativa y realidad (performance) sugiere la posibilidad de considerar a las expectativas como formas proyectadas de las diferentes privaciones experimentadas en el medio. Así, los alumnos que manifiesten su deseo de viajar y relajarse a la vez que ejercen su profesión, muestran serias dificultades para conllevar una carrera que por demás les exige tiempo y dinero. Mientras que para aquellos, que tienen la expectativa de conocer (otros espacios o personas), se de una carencia o falta de conocimiento no asumido en su propio entorno; estas necesidades son provenientes de situaciones sociales de mayor complejidad como pueden llegar a ser un mal secundario o recursos escasos. En este sentido, la expectativa cumple la función de proyectar positivamente las propias carencias que percibe el sujeto. En otras palabras, tanto expectativas como obstáculos forman parte del mismo mecanismo proyectivo y/o de aprendizaje de los cuales varios autores ya se han referido (Ceberio y Watzlawick, 1998) (Reich y Schmitt, 1998) (Rojas Ospina, 2006).

El caso de Romina (ya analizado) es claro al respecto; si bien por un lado como expectativa, ella argumenta *“la interacción con turistas de diferentes lugares que me permiten conocer parte de su*

cultura”, también como problema a afrontar durante sus estudios declara “*conocimiento insuficiente sobre los destinos y temáticas relacionadas al turismo tanto a nivel nacional como internacional*”.

Para Martín, su expectativa máxima con respecto a la carrera versa en “*conocer los transportes, objeto de esta materia y parte importantísima de nuestra actividad, en conclusión, comprenderlos para saber usarlos en un futuro cercano*”; empero a la vez éste señala como su principal obstáculo “*las materias que abarcan más la parte gramatical u oral, ya sea porque hay que presentar trabajos ante una clase llena de compañeros*”. En este caso, también el anhelo de conocer conlleva una propia carencia para hacerse conocido ante los “*otros*”.

Todo parece, indicar, en el caso de Romina y Martín (pero también en otros) que sus expectativas se motivan y generan por problemas coyunturales específicos que por un lado son percibidos, experimentados y reorientados como sugiere la corriente funcionalista de la cognición. Por otro lado, si bien los datos obtenidos no son estadísticamente representativos se configuran como sólidos desde una perspectiva exploratoria y ameritan continuar siendo investigados.

Conclusiones

Las expectativas de los alumnos dentro de la muestra analizada indican que existe cierta presencia de estereotipos vinculados al viaje, el placer y la distracción en relación a la investigación científica, la docencia o la dedicación académica. Aunque con otra metodología, estos resultados respaldan los hallazgos obtenidos por Barrado Timón (2001) con respecto a la geografía en estudiantes ingresantes en la Universidad Jaime I.

Por otro lado, la inserción laboral y la posibilidad de alternar placer y trabajo parecen ser las principales expectativas con referencia a la carrera elegida.

En cuanto a los problemas que creen los alumnos encontrar a lo largo de la misma, se obtienen los siguientes resultados:

- 1) La dificultad de trabajar y estudiar al mismo tiempo.
- 2) Conocimientos insuficientes en cuanto a los destinos turísticos; y las temáticas propias del turismo. En este mismo ámbito, la falta de capacitación a los profesionales del sector.
- 3) La expresión oral o escrita denotando problemas propios de la formación en el secundario.
- 4) Problemas relacionados con la inserción laboral.

Más allá del origen de estos obstáculos específicos (o de su proyección) y las limitaciones derivadas de la no representatividad estadística de la muestra, se han obtenido los siguientes resultados parciales:

Las expectativas en los estudiantes de turismo son una creación (onírica) en un tiempo futuro basada en las propias experiencias adversas en el escenario presente.

La tensión observada entre expectativa y realidad sugiere la posibilidad de considerar a las primeras como formas proyectadas de las diferentes privaciones experimentadas en el medio. Así, los alumnos que manifiesten su deseo de viajar y relajarse a la vez que ejercen su profesión, muestran serias dificultades para conllevar una carrera que por demás les exige tiempo y dinero. Mientras que para aquellos, que tienen la expectativa de conocer (otros espacios o personas), sugieren la idea de una necesidad latente de carencia o falta de conocimiento en su propio entorno proveniente de situaciones sociales de mayor complejidad. Asimismo, si las expectativas se configuran como procesos proyectivos de problemas cotidianos en el entorno inmediato, la no resolución de estos o el no cumplimentar las expectativas pueden generar estados de frustración y en consecuencia abandonar la carrera. Estas ideas, deben ser abordadas mediante un trabajo de extensión con muestras de una mayor representatividad que la actual. Como ya se ha mencionado en la introducción, el presente trabajo ha intentado sólo ser un estudio exploratorio.

Referencias

- AGUILO, E. “Consideraciones en torno a los trabajos e investigaciones sobre calidad en la formación turística”. Cuadernos en Turismo, 1999, Vol. 4, n 1, pp. 7-19.
- BARRADO TIMON, D. “El papel de la geografía en la formación de Técnicos en turismo”. Cuadernos En Turismo, 2001, Vol. 7, n 1, pp.:7-22
- BLEICHMAR, H. *La depresión: un estudio psicoanalítico*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión, 2002.
- BERNSTEIN, B. *Clases, Códigos y Control: estudios teóricos para una sociología del lenguaje*. Madrid, España: Editorial Akal, 1989.
- BOURDIEU, P. y PASSERON, J. C. *Los Herederos: los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI editores, 2003.
- BOWLBY, J. *Una Base Segura: aplicaciones clínicas de la teoría del apego*. Buenos Aires, Argentina: Paidós, 1989.
- CASULLO, M M. y QUESADA S. “Estudio epidemiológico en estudiantes universitarios”. Revista Vertex Revista Argentina de Psiquiatría, 2003, Vol. 14, n 1, pp.:5-10.

- CEBERIO, M y WATZLAWICK, P. *La Construcción del Universo: conceptos introductorios y reflexiones sobre epistemología, constructivismo y pensamiento sistémico*. Barcelona, España: editorial Herder, 1998.
- COLES, T.; DUVAL T.; HALL, M. “Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar”. *Política y Sociedad*, 2005, Vol. 42, n 1, pp. 85-99.
- COOPER, C. *Turismo: principios y prácticas*. México, México: Editorial Diana, 1997.
- DURKHEIM, E. *La Educación Moral*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Losada, 1997.
- FRANKIN, A. y CRANG, M. *The trouble with tourism and travel theory*. Sunderland, England: Business Education, 2001.
- JAFARI, J. “El turismo como disciplina científica”. *Revista Política y Sociedad*, 2005, Vol. 42, n. 1, pp. 39-56.
- KADT, E de. *Turismo ¿pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid, España: Editorial Endymion, 1995.
- KORSTANJE, M. “Vocación y Turismo: un análisis sobre el vínculo entre la educación y la economía”. *Revista Académica do Observatorio de Innovacao do Turismo*, 2007, Vol. 2, n 2, pp. 10-26.
- MANCHINI, N. “El mensaje del docente a los alumnos de turismo”. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 2008, Vol. 10, n 1, pp. 35-37
- MOTA, K. “La integración multidisciplinar en la educación del turistólogo”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 2004, Vol. 13, n 1-2, pp. 5-23
- NEWELL A. y SIMON H. *Human problems solving*. Englewood Cliffs, United States, Editorial Prentice-Hall, 1972.
- PIAGET, J. *El nacimiento de la inteligencia del niño*. Barcelona, España: Editorial Crítica, 1985.
- REICH, W. y SCHMITT, V. *Psicoanálisis y Educación*. Buenos Aires, Argentina: Atalaya Editorial, 1998.
- ROJAS OSPINA, T. Planificación cognitiva en la primera infancia: una revisión bibliográfica. *Acta Colombiana de Psicología*, 2006, vol. 9, n 2, pp. 110-114.
- SALANOVA SORIA, M. et al. “Bienestar psicológico en estudiantes universitarios: facilitadores y obstaculizadores del desempeño académico”. *Anales de Psicología*, 2005, Vol. 21, n 1, pp. 170-180.
- SALAZAR, N. “Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo”. *Tabula Rasa*, 2006, Vol. 1, n 5, pp. 99-128
- SANTOS FILHO, J. “Thomas Cook: Marco da Historiografía Dominante no Turismo”. *Revista de Investigación en Turismo y desarrollo local*, 2008, Vol. 1, n 2, pp. 1-27.
- SCHLUTER, R. *Investigación en Turismo y hotelería*. Buenos Aires, Argentina: CIET, 2005.

TENTI FANFANI, E.

Los Jóvenes de Hoy. Mendoza, Argentina: Editorial Ecuménica de Cuyo, 2000.

Escuela, cuestión social y ciudadanía. Mendoza, Argentina: Editorial Ecuménica de Cuyo, 2000b.

Educación Media para Todos. Buenos Aires, Argentina: Editorial Altamira, 2003.

TENTI FANFANI, E. y SSIDICARO R.

La Argentina de los Jóvenes: entre la indiferencia y la indignación. Buenos Aires, Argentina: UNICEF-Losada, 1998

VIEGAS, W. J. “Transmitir conocimiento o crear conocimiento”. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 2008, Vol. 10, n 1, pp. 170-171.

WINNICOTT D. W. *Realidad y Juego*. Barcelona, España: Editorial Gedisa, 1996.

CAPITULO III: Problemas Estructurales en la Educación

Una de las cuestiones que se debaten en la educación privada y pública de hoy es la dicotomía que existe entre el sistema primario y secundario con respecto al universitario. En los últimos años, diversos analistas han denunciado el declive en la educación primaria (Beck, 1986) (Bauman, 2005) (Sanguineti, 2006) (Korstanje, 2008). No obstante, la demanda de educación superior ha aumentado en cifras considerables. En Argentina, según fuentes estadísticas del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, la cantidad de docentes universitarios en 2001 ha sido de 113.269, ese número ascendió a 117.359 para 2005. Una explicación tentativa se orienta a la tesis de la dominación lingüística de B. Bernstein la cual enfatiza en las desigualdades educativas de “las clases sociales”. Mientras las clases privilegiadas demandan mayor educación superior para reforzar la hegemonía, los grupos menos privilegiados optan por desertar de la educación media y primaria (Bernstein, 1989)

Dentro de este marco, el trabajo de compilación del profesor López-Segrera intenta explicar en forma comparativa los diferentes escenarios y tendencias de la educación superior en diferentes continentes. Para nuestro autor, una de los principales objetivos de la educación universitaria es reforzar las funciones de servicio hacia la sociedad reduciendo las asimetrías materiales y sociales, contribuyendo al desarrollo y al bien común. Sin embargo, López-Segrera admite que a nivel mundial el capitalismo ha generado sociedades duales cada vez más inequitativas en donde no todos tienen las mismas oportunidades en el acceso a la educación. En este sentido, el avance tecnológico y digital de las TICs, lejos de resolver el problema lo replica polarizando la estructura de “clases” de acuerdo al acceso que tienen a la información. Se dan de esta forma, inequidades de género, de edad, y étnicas que la educación no ha podido resolver. En palabras del propio autor *“el siglo XX no logró cancelar las inequidades existente entre géneros. Sigue siendo cierto que en el mundo entero la mujer devenga un salario menor que el hombre, aun cuando realice el mismo trabajo. En una palabra: la asimetría entre hombres y mujeres es una de las tres grandes asimetrías mundiales. Las otras se refieren a la distribución de la riqueza y al desarrollo científico-tecnológico”* (López-Segrera, 2006: 26).

En las líneas sucesivas, el capítulo desarrolla la historia de la universidad desde su creación como institución monástica en la edad media hasta nuestros días. Su función original estaba vinculada a la formación de la nobleza para el manejo del Estado. La formación se encontraba regulada por el *curriculum* que era un programa compuesto por contenidos de música, retórica y cívica. Luego fueron introducidas otras disciplinas como la astronomía, la geografía y la aritmética entre otras. A

medida que la educación medieval fue institucionalizándose se crearon las *facultades* que no eran otra cosa que un conjunto de personas con autoridad epistémica suficiente para la instrucción. Siglos más tarde, surgieron en Europa tres tipos universitarios con perfiles diferentes. El primero se ha denominado sistema universitario residencial Oxford, segundo el modelo Francés conocido también como sistema napoleónico (subsumido bajo la tutela del Estado). Y por último el sistema alemán de tipo Humboldt cuya característica principal es la promoción en investigación. El siglo XX fue testigo en los Estados Unidos de un nuevo sistema combinado entre los tipos anteriores denominado “modelo norteamericano”. La diferencia entre éste y sus anteriores era la excesiva departamentalización en diversas áreas de conocimiento.

Evidentemente, la educación universitaria ha crecido en los últimos años de forma exponencial en todo el mundo, aun cuando muchos países en vías de desarrollo siguen mostrando un claro contraste con respecto a las sociedades industrializadas. López-Segrera presenta sobre el tema datos que son realmente contundentes. Las proyecciones de matrícula de la UNESCO demuestran que en 1960 había 13 millones de alumnos mientras en 2000 ese número era de 79 millones y se estiman 125 millones para 2020. No obstante, existen fuertes asimetrías entre la distribución de presupuesto en los países. *“En 1991, considerando el grupo de edad comprendido entre 18 y 23 años, el número de estudiantes en América del Norte era de más de 5 mil por cada 100 mil habitantes, y de más de 2.500 en prácticamente todos los países desarrollados; sin embargo, en el África subsahariana había menos de 100 estudiantes por cada 100 mil habitantes”* (Ibíd. 31). Por ese motivo, el autor sugiere una exploración más profunda acerca de la naturaleza de la educación universitaria que permita comprender el fenómeno como parte integrante de un sistema económico global. Utilizando fuentes cuantitativas, el profesor López-Segrera conduce un completo estudio comparativo orientado a los siguientes puntos más representativos:

- 1) La rendición de cuentas y responsabilidad social entre la Universidad y el Estado reduce su margen de autonomía en materia de investigación. Lo importante del problema no es tanto si la Universidad se ajusta a los cambios que exige la sociedad sino hasta que punto se encuentra restringida por el accionar del poder político y el Estado.
- 2) Existe una excesiva legislación en cuanto a la selección del claustro docente que genera ciertas dificultades al mejoramiento de la calidad académica de los programas.
- 3) La masificación de la educación superior ha contribuido al declive de su calidad educativa.
- 4) Las universidades, en ocasiones, defienden valores tradicionalistas y se resisten a las innovaciones y cambios profundos en la enseñanza.

- 5) En parte las estructuras académicas y su subordinación financiera no pueden romper la hegemonía material y cultural de las grandes urbes replicando una lógica silenciosa de discriminación y exclusión por medio de cupos u otros mecanismos.

La segunda parte del libro compila trabajos de otros profesionales y análisis de casos prácticos en diferentes países. Con este mismo argumento en mente, el artículo del profesor Porras-Lavalle focaliza sobre el problema de la educación peruana. El autor problematiza sobre el rol de la universidad como válvula de escape a los problemas de desintegración social que vive actualmente Perú. Crisis institucionales, criminalidad y altos índices de indiferencia política se conjugan en un coctel que lleva al ciudadano a replegarse sobre la privacidad del mercado. En este sentido, la Universidad tiene la función de reconstruir las fibras de un Estado ausente y brindar al ciudadano de protección y seguridad ya sea por medio de la incorporación de estudiantes al mercado laboral o por medio de estrategias de contención de los más necesitados. Siguiendo estas directrices el autor concluye su interesante trabajo argumentando que *“los estudiantes no reciben conocimientos ni orientación para poder incorporarse a trabajar en programas de integración nacional y latinoamericana, de desarrollo o de seguridad. Estas son las demandas que se deben atender, además de las recomendaciones de los organismos internacionales y de las necesidades y demandas sociales nacionales. Por tanto, el ámbito laboral y profesional está también, tanto en el sector público como privado, en la promoción del desarrollo, la integración latinoamericana y el desarrollo y la seguridad nacional y mundial. Las exigencias están planteadas: la universidad del siglo XXI requiere una organización curricular integral, flexible, multidisciplinaria, ligada a la investigación, la integración, el desarrollo y la defensa”*. (Porras-Lavalle, 2006: 138).

Retomando las contribuciones iniciales de López-Segreira, C. K Ovando-Crespo enfatiza en el rol secundario que juega la mujer en la educación superior. Si bien se reconoce el acceso generalizado de las mujeres a la ES, las asimetrías existentes a favor de los hombres, previenen que ocupen cargos de jerarquía institucional, sobre todo en su patria Bolivia. La autora sugiere que la “feminización” ha cubierto algunas áreas del conocimiento tales como “la docencia primaria” pero aún su participación en carreras como la tecnología y la ingeniería sigue siendo escasa. En los últimos años, las mujeres parecen haber equiparado a los hombres en cuanto a la cantidad de matriculados en universidades bolivianas, pero las materias a las que ellas acceden refuerzan el estereotipo masculino previo de socializadora. Con volúmenes superiores a los hombres en carreras como pedagogía o psicología, las mujeres continúan sujetas a su rol de madre-educadora (Ovando-Crespo, 2006).

Misma preocupación se observa en el texto de Hermida sobre la exclusión del afrobrasileño de la E.S. “Este ensayo tiene como finalidad realizar un análisis crítico de una de las políticas educacionales más polémicas de los últimos tiempos; las políticas de Acción Afirmativas para ampliar la inclusión de los estudiantes afro-descendientes y negros en las universidades brasileñas. Si bien el tema no es nuevo, las políticas son colocadas en pauta a fines del siglo XX, cuando sectores que defendían el derecho a la educación pasan a denunciar públicamente la inexistente igualdad de oportunidades educacionales en Brasil” (Hermida, 2006: 193). En efecto, las medidas educativas para la inclusión del afro-descendiente no ha roto la lógica reproductiva de la esclavitud en ese país. La aplicación de “Políticas Afirmativas” que resaltan el cupo de estudiantes como un factor de atraktividad genera en el fondo sentimientos de apatía y discriminación maquillando el problema en forma superficial. Por el contrario, estas medidas siguen conservando a la “raza” como una categoría naturalizada y no objetable mientras refuerza la hegemonía de los “blancos” no es puesta en duda. Bajo el discurso de una supuesta inclusión universalista, el sistema sigue subordinando simbólicamente a gran parte de los afrobrasileños a un rol periférico. Ello se debe a que el grupo dominante se auto-habilita para desplegar ciertos “marcadores” sobre grupos subordinados. En esta estrategia de acaparación de los recursos simbólicos, el grupo dominante evita ser marcado; y en consecuencia refuerza la “dominación”.

Por último, encontramos un artículo sobre la educación en Argentina, titulado *La incidencia del Pensamiento Neoliberal en las Universidades Nacionales de la Republica Argentina* que también se hace necesario discutir. El estudio repara en los graves problemas que experimenta la educación nacional. Con centro en las políticas de Estado de la década del 90, Riveros de Jornet estudia la influencia del Banco Mundial en la asignación de recursos de la educación superior nacional en Argentina y su consecuente falta de autonomía con respecto a esa institución. En 1993, el Ministerio de Educación firma con el BM una serie de convenios que culminan con el PRONATASS siguiendo la línea discursiva del BM que se proclama como una “organización del desarrollo”. Por medio de la CONEAU y la Ley de Educación Superior N. 24.521, las instituciones financieras de mercado capitalista comienzan a tejer una telaraña que refuerza la lógica neoliberal persistente. Entre los problemas más urgentes de la universidad Pública en Argentina están: 1) crecimiento del gasto interno, 2) declive en la calidad académica de enseñanza, 3) altas tasas de frustración y estrés estudiantil, 3) reducción de la inversión por alumno, 4) minimización de procesos de auto-evaluación interna crítica, 5) insatisfacción de las necesidades de la sociedad. En palabras de la propia autora, “En Argentina, las políticas de Estado sobre la Educación Superior, así como sus derivaciones operativas (programas y financiamiento público, Ley de Educación Superior, desarrollo de una burocracia ejecutiva, entre otros importantes), ¿constituyen la

materialización de la ideología neoliberal impulsada por el BM?. Si la precedente proposición hipotética resulta afirmativa se está realmente configurando una tendencia hacia la progresiva mercantilización de la educación superior. De ser así, se estaría ante una paradoja de los organismos internacionales, que por un lado fomentan la educación y por el otro fomentan tomar la educación superior como una mercancía más del mercado capitalista. Esto supone no combatir la pobreza sino agudizar y desnaturalizar la educación superior como derecho para amplios sectores de la ciudadanía” (Riveros de Jornet, 2006: 231-232).

Luego de exponer sistemáticamente datos empíricos contundentes, la investigadora confirma su hipótesis de trabajo inicial, afirmando que la introducción del crédito financiero en la educación ha generado un círculo de adoctrinamiento interno difícil de quebrar. Todavía queda la polémica de si el préstamo puede ser considerado un activo para la educación argentina a futuro, la perspectiva de Riveros de Jornet apunta a señalar un discurso ambiguo por parte de las instituciones financieras del “desarrollo”. Por un lado, promueven la ayuda financiera a los países empobrecidos enfatizando en el préstamo sin ningún tipo de control mientras que por el otro fijan políticas de capacitación específicas interviniendo en las economías de los países subdesarrollados. Verdaderamente, los textos reseñados disparan el debate en varias direcciones pero todos ellos apuntan a un eje conceptual claro, el papel de la Universidad como institución orientada a fomentar el bien común de la ciudadanía. Para algunos de los autores, esta posición se torna utópica e idealista ya que la educación superior ha demostrado ser funcional a los intereses post-capitalistas; por el contrario, para otros existe la esperanza de cambio que sólo un espíritu de conocimiento autónomo puede despertar.

Es de capital importancia, llevado el debate hasta estos terrenos, abordar el problema del desarrollo y su aplicación desde hace más de 50 años. La palabra comenzó a ser usada, luego de la segunda Guerra cuando el presidente Estadounidense H. Truman (datado 20 de Enero de 1949) se expidió sobre la necesidad de su país de dar asistencia a los países no-desarrollados. En ese momento el mundo quedó partido en dos: desarrollados y no desarrollados.

Si bien el carácter etnocéntrico de la palabra desarrollo ha sido ampliamente debatido y estudiado por Rist, aun no queda claro los alcances y limitaciones de las políticas del desarrollo (Rist, 1996). El vocablo ha despertado toda una serie de prejuicios y estereotipos ideológicos cuya función radica en demostrar una diferencia en materia de organización de los diferentes grupos humanos.

De esta manera, la “utopía” de un mejoramiento constante, cuya máxima expresión es el progreso, no solo ha despertado muchos adeptos sino que además ha demostrado su lado oscuro (Esteva, 2000). Lo que se conoce como la etapa del “Estado de Bienestar” intentaba quebrar un proceso de acumulación “eterna” para abogar por una mayor redistribución del ingreso; y en ese sentido, no es nada extraño que el “termino bienestar” siga presente en la mayoría de los discursos políticos tanto en los países que buscan el desarrollo como aquellos que pretenden enseñarles como obtenerlo; la idea de “bienestar” genera legitimidad interna pero también adoctrinamiento externo. Al respecto, Cardarelli y Rosenfeld advierten *“en este marco, las tensiones que aparecen más fuertes y condicionantes de la participación social en los tiempos de la democracia son: eficiencia – equidad, crecimiento – empleo e inclusión-exclusión”* (Cardarelli y Rosenfeld, 1998:70).

No obstante, ni el desarrollo, ni la democracia, como así tampoco la participación, los préstamos financieros y los ajustes económicos pudieron paliar las graves crisis que han enfrentado los países periféricos en su constante peregrinación hacia “la meca del desarrollo”; ya no cuestionando la misma idea de “desarrollo” sino convirtiéndola en una forma ideológica de poder (Escobar, 1997). A los fracasos de la Escuela del Desarrollo, las instituciones financieras comenzaron a incorporar antropólogos con el fin de explicar y justificar los motivos del fracaso. Ello dio nacimiento dentro de la misma antropología, a una nueva subdisciplina, “la antropología para el desarrollo” la cual ha sido (fuertemente) cuestionada por sus propios pares (sobre todo neo-marxianos). Las explicaciones dadas a la falta de eficacia de los países no industrializados versaban en dos puntos principales: a) diferencias culturales insalvables generan una brecha entre las naciones desarrolladas y las subdesarrolladas, y b) la racionalidad en el ordenamiento y administración de los recursos se constituye como un criterio primario para la eficacia de un plan de desarrollo. La planificación como institución racional debía asegurar un correcto desenvolvimiento y concreción de las estrategias a seguir.

Según el profesor Esteva, el desarrollo se ha extendido a todo el mundo en forma de conquista (simbólica pero efectiva) asociado a la noción de escasez. Se ha partido del supuesto de que los deseos del hombre son elevados en comparación a sus recursos; por tal motivo, la planificación estratégica lo ayuda a organizar racionalmente sus recursos para cumplimentar sus expectativas. Como se ha mencionado, el discurso de Truman marca un antes y un después no solo en la cuestión del desarrollo sino la incursión de los Estados Unidos en la escena política mundial. Durante las décadas del 80 y 90, los Estados Unidos cambiaron el eje discursivo de la “conquista”. Sustituyendo la intervención militar por intervención intelectual, el discurso enfatizó en la racionalidad como un

modelo de distinción capaz de darle a los Estados gobernabilidad y legitimidad interna. Para lograrlo, el estado debía recluirse y dejar la suerte de la ciudadanía a la protección del libre mercado.

Siguiendo este argumento, los especialistas (para ser más exactos los trilateralistas) propugnaron abolir la lógica intervencionista del Estado y sustituirla por la del “libre mercado”. La progresiva pérdida de hegemonía de los Estados Unidos luego de la irrupción cubana, la liberación de África, y los movimientos independentistas en el medio oriente, resultaron en un cambio de dirección en plan de control. El disciplinamiento, a diferencia del colonialismo, no se hacía sobre la población por medio de la coacción sino por medio de las fuerzas de trabajo. En este sentido, tanto los organismos de préstamo internacional como el Banco Mundial, enviaban a sus asesores (expertos) a aquellos Estados que solicitaban (o no) una ayuda financiera y los “guiaban” en materia de “reformas estructurales”. Todos estos cursos de acción combinados lograron (temporalmente) aplacar los ánimos de ciertos regionalismos o movimientos nacionalistas locales (Escobar, 1997) (Esteva, 2000) (Corbalán, 2004) (Cornwall, 2000). Luego de lo expuesto, podemos afirmar que aún quedan muchas dudas sobre los alcances que el progreso y el desarrollo pueden ofrecer a los pueblos de todo el mundo como así también el papel que jugará la educación universitaria en ese proceso. Como sea el caso, por su claridad y profundidad intelectual, la investigación del profesor Francisco López-Segrera se constituye como uno de los aportes más importantes en el tratamiento de la problemática.

Referencias

BAUMAN, Z. *Modernidad y Ambivalencia*. Barcelona: Paidós, 2005.

BECK, U. *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine anere Moderne*. Frankfurt: Editorial Suhrkamp, 1986.

BERNSTEIN, B. *Clases, Códigos y Control: estudios teóricos para una sociología del lenguaje*. Madrid, Akal, 1989.

CARDARELLI, Graciela y ROSENFELD, Mónica. *Las participaciones de la pobreza: programas y proyectos sociales*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1998.

CORBALAN, M A. “Intervención y disciplinamiento: función política de los organismos internacionales de crédito”. Ciclos, año XVI, Volumen XVI. Número 27. Pp.:1-15, 2004.

CORNWALL, A. *Beneficiary, consumer, citizen: perspectives of participation for poverty reduction*. Gotenburg: Novum Grafiska, 2000.

ESCOBAR, A. “Antropología y Desarrollo”. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*. Número 154. UNESCO, 1997.

ESTEVE, G. “Desarrollo”. En Viola Andreu (Compilador). *Antropología del Desarrollo*. Barcelona: Editorial Paidós, 2000.

HERMIDA, J. F. “Acciones Afirmativas e Inclusión Educativa en Brasil”. En López-Segrera, F. *Escenarios Mundiales de la Educación Superior*. Buenos Aires, Clacso, 2006, pp. 193-228.

KORSTANJE, M. “La Educación en un laberinto”. Reseña. *Education Review: a Journal of book review*. Arizona State University, Estados Unidos. Disponible en www.edrev.asu.edu, 2008.

LOPEZ SEGRERA, F. “Notas para un estudio comparado de la educación superior a nivel mundial”. En López-Segrera, F. *Escenarios Mundiales de la Educación Superior*. Buenos Aires, Clacso, 2006, pp. 21-80.

OVANDO CRESPO, C. K. “Género y Educación Superior: mujeres en la docencia y en la administración en las instituciones de educación Superior”. En López-Segrera, F. *Escenarios Mundiales de la Educación Superior*. Buenos Aires, Clacso, 2006, pp. 143-154.

PORRAS-LAVALLE, R. “Notas para el Estudio de la Educación Superior en Perú”. En López-Segrera, F. *Escenarios Mundiales de la Educación Superior*. Buenos Aires, Clacso, 2006, pp. 107-141.

RIST, G. *Le développement histoire d une croyance occidentale*. Paris, Prensas de la Fundación Nacional de Ciencias Políticas, 1996.

RIVEROS de Jornet, L. G. “La Incidencia del Pensamiento Neoliberal (Banco Mundial) en las Universidades Nacionales de la República Argentina”. En López-Segrera, F. *Escenarios Mundiales de la Educación Superior*. Buenos Aires, Clacso, 2006, pp.229-252.

SANGUINETTI, H. *La Educación Argentina en un laberinto*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006.

CAPITULO IV: FALLAS EPISTEMOLOGICAS DEL TURISMO

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 estudios 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 capítulo 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 solo 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 conciente 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 solo 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 re-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 (SEGUI-LLINAS, 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 excedente4s 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 atraktividad, 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 cientificidad 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 anteponen 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 en convalidar 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 (MACCANNELL, 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 retornada, 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-Aguilar (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 emisor) (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 aymará 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

sería. 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 hegemónicamente construida. En ocasiones, no todas las culturas han comprendido la hospitalidad como las culturas occidentales. De hecho la hospitalidad, derivada del termino *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 sub-sistema 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 valuarte 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 hartó 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 turismo 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 turismo. 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 aborígen 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 Analysis. 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 interdisciplinary 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, immobilities 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 procedimento 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.
- MONTECUBIO 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 Bahía, 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.