



TURISMO: UNA CIENCIA EN CONSTRUCCION¹

Rossana Campodónico²

Luis Chalar³

Área de Estudios Turísticos - Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Universidad de la República - Uruguay

Resumen

El presente estudio propone elementos que permitan un avance en la construcción epistemológica del turismo partiendo de las dificultades conceptuales existentes en la actualidad y de la carencia de estudios epistemológicos sobre la producción científica en dicha actividad. Para contribuir con la teoría del turismo, se enuncian ejes de análisis desde los cuales abordar al turismo en el marco del pensamiento complejo y la transdisciplina.

Palabras claves

Epistemología; Teoría del turismo; Ejes análisis; Transdisciplina.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los estudios de turismo adquieren gran relevancia no sólo en las diferentes ofertas universitarias de grado y postgrado sino también en distintos centros de educación terciaria, siendo esto acompañado por una proliferación de artículos científicos y libros que se publican frecuentemente.

Ante tal estado de avance, donde se podría inferir que el turismo ha alcanzado el reconocimiento como ciencia, existe coincidencia entre diferentes autores sobre la

¹Trabajo presentado al GT “Epistemología y análisis crítico del turismo” del VI Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 9 e 10 de julio de 2010.

²Profesora Adjunta de Teoría del Turismo y Coordinadora Académica del Área de Estudios Turísticos de la FHCE, Universidad de la República, Uruguay, campodon@gmail.com, campodon@fhuce.edu.uy

³Técnico Universitario en Turismo, Docente Ayudante Teoría Turismo del Área de Estudios Turísticos de la FHCE, Universidad de la República, Uruguay, chalarluis@gmail.com

situación en la que se encuentran el conocimiento científico del turismo, el cual tiene un escaso desarrollo si se toma en cuenta la significación social, económica y cultural, que esta actividad tiene. Todo lo cual se acentúa si se analiza el estado de situación en el contexto latinoamericano.

Hasta el momento, en turismo se han realizado innumerables estudios que parten de disciplinas ya consolidadas, como la economía, la sociología y la antropología entre otras pero es innegable que el turismo abarca en sí mismo a todas estas disciplinas y otras que se entrecruzan y entrelazan al momento de brindar una explicación científica. Esta es una de las razones por las cuales existe un gran retraso en la elaboración de marcos conceptuales en turismo pues los enfoques disciplinares no permiten lograr una visión integral de los problemas planteados.

El turismo es esencialmente un campo de conocimiento transversal, que en la actualidad no posee una malla disciplinar definida en el sentido tradicional del término y esta es la primera y última complejidad a la que el investigador en turismo se debe enfrentar.

Esta ponencia entonces, tratará de analizar las razones por las cuales el turismo tiende a consolidarse en el campo científico pero no ha logrado aún un estatus de ciencia social, tratando de dar algunas respuestas a una serie de interrogantes aquí planteadas y que tienen como fin generar elementos de discusión en busca de revertir la situación.

1. REFERENCIAL TEORICO

1.1 Un poco de historia.

Los estudios en turismo son relativamente recientes, si se los compara con la evolución de otras disciplinas de las ciencias sociales, pues solo han pasado 120 años aproximadamente desde que apareció la obra de Stradner en 1884 quien se ocupó por primera vez del estudio de los establecimientos y medios de prestación de servicios.

Como bien lo ha señalado Alejandro Capanegra (2007, p.2), los primeros estudios turísticos están signados por la marca del período neoclásico, en el cual se desarrolla la economía como ciencia poniendo especial énfasis en la demanda, el consumo y los consumidores así como el papel que juega el individuo en la economía. Dentro de este encuadre se analizó la relación económica entre la oferta y la demanda bajo la premisa de que las acciones de los productores deben maximizar las ganancias y los consumidores la utilidad.

Es en este marco conceptual que surgen los primeros estudios significativos de turismo como es el caso de J. Stradner en 1884 y H. Von Shullen en 1911, que sientan las bases del análisis de la demanda turística y, en 1942, Hunziker - Kraft desarrollan la llamada en su momento “doctrina general del turismo” articulando los elementos objetivos con los subjetivos.

Fue en la década de 1980 que los estudios universitarios en turismo comienzan a consolidarse en las diferentes instituciones de enseñanza superior del Cono Sur del continente.

De acuerdo a la periodización de las ciencias sociales (CARRIZO, ESPINA y KLEIN, 2004, p.9-18), esta incorporación en los estudios universitarios coincide con la llamada etapa de “crisis de las ciencias sociales” que acontece entre 1970 y 1990, que tiene por principal característica que ninguna gran teoría tenía la capacidad explicativa para dar cuenta de los nuevos procesos. Esto obedece a la creciente complejización de las sociedades contemporáneas, donde aumentan y se diversifican los actores sociales, donde acontecen fuertes procesos de multiculturalidad e hibridación que se asocian a la globalización de las relaciones socioeconómicas. Esta crisis estaría marcando los límites de alcance y funcionalidad de la perspectiva de la simplicidad.

En esta corta trayectoria se han ido consolidado grupos de investigadores y docentes que intentan ir construyendo un corpus de investigación en turismo para lograr el pleno reconocimiento académico de sus pares ya sea como disciplina o para expresarlo más correctamente como campo disciplinario. Si bien esa parece ser la meta, no es un logro menor en el camino generar sistemáticamente conocimiento científico sobre la actividad turística.

Los procesos de investigación generados fuera de los ámbitos universitarios, si bien fueron incipientes en los últimos 20 años, estuvieron profundamente relacionados con las tendencias del mercado turístico y en estrecha relación con los impulsores de las políticas -públicas/privadas- y dentro de una concepción casi mítica de que el turismo inexorablemente implica un crecimiento o desarrollo económico importante para los países latinoamericanos.

Esta tendencia marcó profundamente a los estudios en turismo que se publicaron en este período por lo que es posible agruparlos en tres grandes categorías que son: *estudios estadísticos, de marketing y de corte sociológico*.

En líneas generales, se puede afirmar que los estudios en el campo del turismo presentaban las siguientes características:

- la investigación y los conocimientos se limitan a describir cuantitativamente variables (origen de los turistas, sus gastos, los atractivos ,entre otros)
- no surgen marcos metodológicos y/o conceptuales de referencia

A partir de la década de los 90, las ciencias sociales se encuentran en una nueva etapa a la que varios autores han llamado en términos generales “de reconstrucción epistemológica” (CARRIZO, ESPINA y KLEIN, 2004, p.9-18). Así se puede ver que en las mismas denominaciones de las propuestas planteadas ya están implícitas las nuevas concepciones: de tránsito del pensamiento simple al pensamiento complejo; de conflicto de viejos y nuevos paradigmas; de encrucijada intelectual; de post-crisis y revolución de paso del pensamiento lineal al pensamiento complejo, a la investigación social de segundo orden.

Lo importante es que todos estos posicionamientos coinciden en que esa nueva etapa tiene como eje central una reconstrucción en el plano epistemológico transdisciplinar, que intenta recuperar una visión compleja de lo social. De esta manera se enfatiza lo relacional, la interacción sujeto-objeto, ambos formando parte de un todo e influyéndose mutuamente, la complementariedad dialógica que permite la superación de la reducción de centrar el tema en el papel del objeto o del sujeto.

Por tal motivo si las universidades tienen ofertas educativas en el grado y postgrado así como se realizan investigaciones ya sean aplicadas o teóricas, ello demuestra que es absolutamente necesario dar explicaciones científicas del fenómeno turístico lo cual lleva a centrar el análisis en las cuestiones epistemológicas del campo de estudio.

1.2 Algunos problemas epistemológicos

Si el problema se centra en una encrucijada epistemológica que debe ser resuelta, se debe definir lo que se entiende por epistemología o mejor dicho desde que postura se abordará este tema. Es decir como la teoría del conocimiento se ocupa de problemas como el origen, el alcance y a la esencia del conocimiento en tanto forma peculiar del hombre de relacionarse con el mundo dentro del campo del turismo.

Si se considera una postura clásica como la de Piaget la epistemología se puede definir como “el estudio de la constitución de los conocimientos válidos” (PIAGET, 1967 p.6). Según esta postura existen cuatro aspectos que deberían darse en el caso del turismo: las normas de la validez del conocimiento y las formas de acceder a él, el reconocimiento de los múltiples conocimientos de los diferentes disciplinas que lo

estudian, el proceso de acceder al conocimiento – el método – de una dimensión diacrónica y sincrónica cuando el conocimiento se estructura desde diferentes enfoques y las condiciones formales o experimentales de validez del conocimiento (PIAGET, 1967).

Esto conduce a definir qué se entiende por paradigma, siendo este un término polisémico, y no siempre utilizado en un sentido khuneano, es decir, como “realizaciones universalmente reconocidas durante cierto tiempo, proporcionando modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” (KHUN, 1962, p.13) sino que en la mayoría de los casos en las investigaciones turísticas dicho término refiere a una definición de paradigma que coincide con la siguiente: “como un conjunto de ideas socialmente vigentes en una sociedad o parte de ella y que tiene una aplicación política no solo por parte de los gobernantes sino también por los actores sociales”. (VENEZIANO, 2004, p.22, *apud* ROMERO, 2004, p.16).

La generación de conocimiento en un sentido tradicional mantenía incambiada la contradicción entre teoría/praxis situación que no permite avanzar al campo disciplinario del turismo.

La visión transdisciplinaria es una manera diferente de ver, percibir y pensar la realidad ya que parte de un paradigma complejo que tiene implícito sus tres principios que son: Dialógico, Recursividad Organizacional y Hologramático (MORÍN, 2001, p.106-107). Se apoya ello en la existencia y percepción de distintos niveles de realidad, en la aparición de nuevas lógicas y en la emergencia de la complejidad. Supone una ruptura con la escala convencional de lo real, con el lenguaje estereotipado, con el modo habitual. Esto permite analizar la realidad desde una perspectiva multidimensional y una estructura en múltiples niveles sustituyendo así, la visión de la realidad unidimensional del pensamiento clásico.

La investigación que se desarrollaría dentro de la transdisciplina sería complementaria de la disciplinar pero muy distinta a ella porque mientras lo disciplinar está relacionado con un solo nivel de la realidad, la investigación transdisciplinaria interesa por la dinámica que se genera por la acción simultánea de varios niveles de realidad.

Esta postura implica la necesidad de partir desde el pensamiento complejo, la lógica dialéctica y la transdisciplina como herramientas válidas para una construcción teórica. El paradigma de la complejidad para abordar este aspecto no refiere únicamente a la construcción de un marco conceptual sino también metodológico.

El pensamiento complejo es una de las principales herramientas, en este sentido E. Morín (2001) ha expresado lo siguiente:

La complejidad necesita de una estrategia [...] El pensamiento simple resuelve los problemas simples, sin problemas de pensamiento. El pensamiento complejo no resuelve, en sí mismo, los problemas pero constituye una ayuda para la estrategia que pueda resolverlas (MORÍN, 2001, p.118).

Por esta razón, la transdisciplina surge como una respuesta interesante y flexible a las circunstancias de complejidad política, social y económica que presenta el mundo globalizado, como una respuesta a la incertidumbre de la postmodernidad que atraviesa a todas las ciencias pero fundamentalmente a las ciencias sociales.

El movimiento transdisciplinario pretende ir más allá de lo uni, multi e interdisciplinario, intenta superar la parcelación y fragmentación del conocimiento que reflejan las disciplinas particulares. Los estudios transdisciplinarios ponen el énfasis en la confluencia de saberes en su interacción e integración reciprocas o en su transformación o superación.

En este sentido, Gibbons (1997) sostiene que;

La transdisciplinariedad es la forma privilegiada de producción del conocimiento, se corresponde con un movimiento que va más allá de las estructuras disciplinarias en la constitución de la agenda intelectual, en la manera de desplegar recursos y en las formas en que se organiza la investigación se comunican y se evalúan los resultados (GIBBONS, 1997, p.42).

La transdisciplinariedad significa que un sistema objeto puede ser abordado por varias disciplinas que se interceptan unas a otras con sus saberes, discursos y explicaciones. Esto también implica unir teorías y prácticas, la reflexión y el hacer, entendiendo como teorías la obtención de una cada vez mayor información necesaria para reflexionar y accionar nuestra relación con el mundo que es la práctica, la cual a su vez permite captar información para transformar y renovar las teorías.

Los participantes transcinden las propias disciplinas logrando crear un nuevo mapa cognitivo común sobre el problema en cuestión, un marco epistémico amplio y una cierta meta metodología que les sirve para integrar conceptualmente las diferentes orientaciones de sus análisis: postulados o principios básicos, perspectivas o enfoques, procesos metodológicos, instrumentos conceptuales.

De esta manera, se pone de manifiesto que la relevancia la tendrá el producto resultado de la investigación ya que el mismo tiene que ser validado pero ya no únicamente por la comunidad científica sino también por los diferentes actores que

serán los llamados a su aplicación y en última instancia quienes realizarán -una vez que los problemas se resuelvan- la evaluación final.

La comunicación entre científicos y actores sociales tiende a buscar soluciones concretas que permitirán eventualmente el desarrollo de una organización o estructura. Estas conexiones e interdependencias en una dialéctica de resolución/problema son fundamentales para fomentar los desarrollos locales y/o regionales que demanda el turismo atendiendo de una manera flexible su dinámica y complejidad. Como sostiene Ryszard Różga Luter (2002): “los niveles regionales y locales son más propicios para el desarrollo de redes debido a la importancia de confianza y conocimiento mutuo entre los actores”. De esta manera se van conformando redes donde confluyen los esfuerzos de las instituciones de investigación, las universidades, las empresas y los diferentes actores sociales siendo claro el papel primordial que deben desempeñar en este proceso las universidades.

1.3 Hacia una epistemología del turismo.

Aquí surge la principal reflexión que permitirá contribuir a un desarrollo teórico del turismo ¿por qué se presenta la dificultad de elaborar un marco teórico o epistémico del turismo?

Para obtener una respuesta es necesario dar una discusión y explicar las preguntas que hacen a la esencia del campo disciplinario; ¿qué es el turismo?, ¿cuáles son sus principales elementos?, ¿cómo se manifiesta?, ¿cómo se genera el conocimiento en turismo?

El estudio del turismo, necesita buscar aquellas variables que le son esenciales, dentro de las definiciones que hasta el momento se han desarrollado para dicho fenómeno. Dentro de una gran variedad de definiciones es ineludible recurrir a la utilizada por un organismo internacional en este sector como lo es la Organización Mundial del Turismo (OMT) la cual lo define como:

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (OMT, 1995, p.1)

Recurrir a otras definiciones, como las enunciadas por Jorge Valencia (1989) permite obtener nuevos elementos que refuerzan y complementan la anterior al surgir elementos como los impactos de diferentes aspectos y la oferta de bienes y servicios:

Se puede definir como el fenómeno resultante de una red de impactos

socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo (VALENCIA,1989).

Desde la perspectiva de la economía, Adrián Bull (1994) sostiene que:

El turismo no es ni un fenómeno ni un simple conjunto de industrias. Es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos. También implica el movimiento físico de los turistas a lugares distintos de donde viven habitualmente. Aunque la mayor parte del turismo de todo el mundo es una forma de esparcimiento que implica, por tanto, el uso discrecional del tiempo de una persona, hay algunas formas de turismo que inevitablemente están vinculadas a obligaciones, como a las necesidades del trabajo o de la salud (BULL, 1994, p.11).

Más allá de la definición que se adopte, el turismo es un fenómeno que involucra a individuos, en diferentes niveles de actividad y de manifestaciones, por lo tanto analiza o estudia a los turistas, a los meta turistas, a las comunidades receptoras, a los operadores, a los trabajadores de los diferentes servicios, a los empresarios, entre otros.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Del análisis de las expresiones que intentan definir dicha actividad compleja surge que existen cuatro ejes fundamentales sobre los que se desarrolla el fenómeno turismo; Tiempo, Espacio, Motivaciones y Actividades, los cuales serán agrupados bajo la denominación campo de análisis T.E.M.A. Los ejes identificados se interrelacionan entre sí de una manera muy vasta y su individualización apunta a favorecer los estudios que permitan una mejor construcción del marco conceptual del turismo.

Las investigaciones turísticas deben tener como centro al individuo en su calidad de sujeto pero también al objeto (turismo) donde se producen toda una serie de interdependencias que son las que brindan las características propias del fenómeno en sus diferentes niveles de realidad de ahí que la importancia de tener presente un nivel de análisis de modo más transversal dentro de T.E.M.A. contribuirá para comprender el fenómeno. Se debe señalar que existen a su vez variables que se relacionan con los ejes por ejemplo los impactos que no ha quedado fuera de los ejes identificados y que por el contrario está contenido y afecta a cada una de ellos.

El primer eje *es el tiempo* y si se consideran las definiciones de la RAE (2001)⁴ dentro de las numerosas acepciones las que se adecuan al presente trabajo son:

⁴Real Academia Española acepción 1^a,2^ay 8^a

“duración de las cosas sujetas a mudanza”, “magnitud física que permite ordenar la secuencia de los sucesos, estableciendo un pasado, un presente y un futuro” y la “oportunidad, ocasión o coyuntura de hacer algo”. Pero situado dentro de un contexto relacional el tiempo es además diferente dependiendo del sujeto, vale decir, el tiempo del turista no es el mismo tiempo del empresario o del político y mucho menos de las comunidades.

El segundo eje es *el espacio* definido por G. Capecce (2002) como;

La porción geográfica en que se ubican los factores de producción y consumo que permiten la generación de los productos turísticos y del turismo como actividad. Es continuo, con componentes heterogéneos, cuyos límites son imprecisos y llegan hasta donde alcanzan las aspiraciones, propuestas y/o posibilidades de la oferta, y la imagen y uso que del mismo tiene y hace la demanda (CAPECCE, 2002, *apud*. VALENCIA).

El turismo se desarrolla en un espacio determinado o mejor dicho en espacios determinados pero a su vez, en un mismo tiempo o en tiempos distintos, que tiene diferentes niveles de realidad, el del turista, el del lugar, el de las empresas y el de las regiones. En la actualidad estos dos conceptos, espacio y tiempo, presentan nuevas características que están permeadas por los avances de la tecnología y el uso generalizado de la misma debiendo tomarse en consideración un nuevo aspecto que es el de la velocidad que permite superar las barreras del espacio y del tiempo. De esta manera, el individuo se mueve más rápido, pone menos tiempo en desplazarse de un punto a otro del planeta, lo hace en un lapso menor, recorre mayores distancias, conoce lugares más lejanos y tiene una mayor oferta de posibilidades. De ahí que cobre real importancia la expresión de F. Jameson (1999, p.79) que sostiene que “el tiempo es hoy una función de la velocidad” produciéndose de esta manera un cambio de concepción relevante en la noción de tiempo. Adoptar esta posición permite a los estudiosos del turismo una mayor comprensión del fenómeno ya que actúa desde el plano filosófico, analítico así como en el plano socio-histórico, cultural, psicológico y antropológico.

El tercer eje son *las motivaciones*, si bien los ejes de tiempo y espacio son comunes a otras ciencias sociales las motivaciones son el principal elemento diferenciador del turismo con otras ciencias sociales. Son las razones que generan el desplazamiento pero también las que permiten elegir determinados destinos y actividades. Las motivaciones son cambiantes y dinámicas como todo proceso psico-social, si bien son propias del sujeto (turista) también tienen su expresión de manera indirecta en el objeto (turismo) dado un proceso de estrecha interrelación. Las motivaciones son subjetivas y difieren

en cada individuo pero una vez que se ponen en acción, es decir, que determinan un viaje o desplazamiento influye de manera indirecta en un destino o atractivo turístico, el cual podrá ser modificado o no por estas interrelaciones.

El cuarto eje corresponde a las *actividades turísticas* definidas como;

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios (GUIDO, *apud* OBSERVATUR, 2006)⁵

De acuerdo con lo planteado de los ejes sobre los cuales se debe desarrollar las investigaciones así como las definiciones teóricas del turismo se presentan los siguientes cuadros:

Tabla 1: Ejes del Turismo

<i>Tiempo</i>	Depende del sujeto(turista, anfitriones, actores sociales) Antes, durante y después del viaje.
<i>Espacio</i>	Grado de desplazamientos desde y hacia los lugares distintos a los de su entorno habitual
<i>Motivaciones</i>	Por ocio, por negocio y/o otros motivos (elección viajar) Condicionada por los características del viajero, los atractivos del desplazamiento o destino, los servicios (singularidad, precios y calidad), y marketing, entre otros.
<i>Actividades</i>	Conjunto y combinación de numerosas acciones consumadas por los turistas (individuos o grupos) en sus viajes y estancias (bienes y servicios que demandan los turistas), como así también las acciones que se configuran en el espacio de consumo por diferentes empresas, otras instituciones y población residente (ej., transporte, alojamiento, alimentación, animación, recreación, información, etc.)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Relación de los ejes T.E.M.A.

	<i>Turista y localidades emisoras</i>	<i>Ámbito de Interacción</i>	<i>Localidad y población local</i>
<i>Tiempo</i>	Limitado	Temporada Anual	Temporada Anual
<i>Espacio</i>	Desplazamiento	Estacionario Desplazamiento	Estacionario
<i>Motivación</i>	Ocio Facilitaciones y satisfacción	Ingresos – Rentabilidad. Trabajo Desarrollo	Potencialidades percibidas (positivas y negativas)

⁵Definición dada por el Observatorio Turístico de la Universidad Nacional de Lanús R.A.

Actividades	Información Consumo Comunicación	Relacionamiento Gestión	Anfitrión Trabajo Contexto Local
-------------	--	----------------------------	--

Fuente; Elaboración propia

Del cuadro presentado se puede efectuar la siguiente lectura:

En cuanto al Eje Tiempo, para los turistas y localidades emisoras, debe tenerse en consideración que en el caso del turista el tiempo transcurre en sus tres estadios: antes, durante y después del viaje, hecho no menor al momento de intentar definir la limitación. Este componente se desglosa en lo que se llama meta turista, turista y post turista en su relación con la localidad emisora. En lo que refiere al ámbito de interacción la dualidad de conceptos se refiere a la constatación histórica de las determinantes de un empleo marcadamente zafral y otros con características más estables. En cuanto a la localidad y población local, se considera que una vez que una zona/ región ha comenzado a transitar la trayectoria de ser un lugar turístico- sin tener en cuenta la envergadura del mismo- existe más allá de la estacionalidad que puedan tener las actividades en cuestión una perspectiva válida de deseo de permanencia, es decir, de recibir turistas todo el año.

En cuanto al Eje Espacio, se parte de la idea de una región emisora donde el turista desarrolla su vida cotidiana y es el lugar de partida pero también el espacio donde irá construyendo su idea del viaje y lo volverá a acoger en su retorno. Aquí el Ámbito de Interacción es sumamente amplio pues pasa por el tema de lo acotado como puede ser las agencias de viajes, los aeropuertos, terminales de autobuses pero también de toda la gama de productos y publicidad que se hace en el mundo virtual como ser campaña promocionales, páginas Web, buscadores de Internet, páginas de reservas de pasajes y hoteles entre otros. En cuanto a la Localidad y Población local es el lugar de recepción del turista y el espacio que ofrece los servicios y actividades que viene a buscar partiendo de anhelos subjetivos. Tiene un fuerte componente psico-social pues será la fuente de recuerdos que trasmisirá en sus contactos cotidianos una vez que pase a integrar la categoría de post turista.

En cuanto al Eje de Motivaciones, es el principal motor de viaje para el turista donde permanece como constante la búsqueda de satisfacción y/o de ocio en un proceso de retroalimentación. La búsqueda de satisfacción a estas motivaciones hace que el rol que desempeña el Ámbito de interacción sea importante ya que en él se desarrolla la planificación, comunicación y comercialización de los productos que brindarán o no la

satisfacción buscada a los anhelos del turista. Son los operadores turísticos del ámbito de interacción quienes tienen un rol articulador entre turistas y residentes debiendo atender necesidades de ambas partes. En el caso de la Localidad y población local las motivaciones turísticas están menos claras y es aquí donde cumple un papel fundamental la concientización en base a las ventajas y desventajas del turismo puestas a consideración (contribuyen a ello campañas que promuevan al turismo como generador de ingresos para la comunidad).

En cuanto al Eje Actividades, el turista se nutre de la mayor información posible a los efectos de poder satisfacer sus motivaciones de viaje y va prediseñando las posibilidades que tendrá de consumir en el lugar seleccionado. Esto tiene un correlato interesante en el Ámbito de Interacción pues este actúa como lugar de relaciones e interrelaciones que posibilitan la gestión de estas actividades. Si se considera el papel de la Localidad es aquí el componente principal porque en realidad es donde ocurrirá las actividades poniendo en real contacto las expectativas que trae consigo el turista con la oferta real de actividades pero también posibilitará el contacto con la población residente ya que esta actuará no solo como mano de obra en las distintas actividades sino que son parte esencial del contexto en el que permanecerán durante su estadía.

Así como en el eje anterior no resultan claras las motivaciones propias de la población local hacia el turismo, se deduce del cuadro que tampoco las actividades de la población local, para su rol de anfitrión, están lo suficientemente definidas. Ambos factores a definir (en base a investigación, ya que difícilmente surjan de forma espontánea) y transmitir con suma urgencia si lo que se busca es verdaderamente un desarrollo turístico sostenible.

Si se analiza otro caso donde el desarrollo de un eje y el estudio del comportamiento de otro eje cualquiera para un solo tipo de actor, nos puedan aportar nuevos elementos para comprender el turismo.

Tabla 3: Relación entre dos ejes T.E.M.A.

<i>Turista</i>			
<i>Tiempo</i>	<i>Antes</i>	<i>Durante</i>	<i>Después</i>
<i>Espacio</i>	Desconocimiento Conocimiento	Conocimiento Desconocimiento Reconocimiento	Recuerdo/ Olvido Recuerdo/ Olvido Enriquecimiento Personal

Fuente; Elaboración propia

Para ilustrar sobre la utilización de los ejes, la tabla 3 establece la variación del tiempo en Antes, Durante y Despues del viaje que configura al turista como tal, en relación al espacio, los conceptos presente dan muestra nuevamente de la complejidad del fenómeno. Un conocimiento/desconocimiento fruto de la elección de un nuevo destino o de volver a lugares ya visitados o de la información recibida forman parte de ese antes de partir. Durante el viaje nuevos elementos surgen como reconocimiento para quienes ya estuvieron allí con los aspectos positivos y negativos que ello conlleva.

Un grado mayor de problematización lo brinda el Despues con su mezcla de recuerdo y olvido de lo vivido durante el viaje y por el hecho que este Despues configura el Antes de un nuevo viaje (donde los recuerdos y olvidos dan forma al conocimiento sobre determinado destino).

El campo de análisis T.E.M.A. no hace más sencillo al turismo, sino que pone en evidencia todos los puntos que lo conforman.

REFLEXIONES

De acuerdo a lo expuesto, se considera que el turismo es un campo reciente de estudio si se lo compara con otras disciplinas sociales. Los primeros estudios tienen sus orígenes a fines del siglo XIX si bien es a partir de la década del 40 del siglo pasado que los mismos comienzan a generarse de manera sistemática.

Esta es una de las razones por las cuales – aunque no la única – este campo de estudios se encuentra en un proceso de construcción científico que fue iniciado desde abordajes disciplinarios (economía, sociología, geografía entre otros). Pero es en esencia la transversalidad de la temática la que ha dificultado la construcción de marcos conceptuales o epistémicos.

Esto acontece fundamentalmente por su carácter dinámico, complejo y dialéctico, que en sus múltiples modalidades deben ser estudiadas desde un enfoque integral que dé cuenta de los niveles interrelacionales sujeto/objeto.

Es necesario señalar que a su vez el incremento de la generación de estudios en turismo se producen a partir de la década de los 90 que coincide con la etapa de reconstrucción epistemológica por la que están atravesando las ciencias sociales que tiene como principal característica que trata de integrar una visión compleja de lo social.

En la actualidad se requiere realizar abordajes integrales que permitan analizar la transversalidad que tiene el fenómeno turístico, el cual se desarrolla sobre cuatro ejes

bien definidos: tiempo, espacio, motivaciones y actividades. La utilización de un esquema como el campo de análisis T.E.M.A. permitirá al investigador analizar los distintos procesos mediante un enfoque integral del fenómeno turístico. Integrando de modo balanceado los componentes objetivos así como los subjetivos que se presentan en las distintas etapas.

En este proceso de construcción epistemológica, se entiende que las normas de validez del conocimiento turístico como campo de estudio se podrían dar una vez que se adopte un posicionamiento teórico desde el pensamiento complejo que debe reconocer en primera instancia que existe una multiplicidad de disciplinas que abordan este campo de estudio pero que solo la integración de las mismas generarán un nuevo marco epistémico.

En este sentido, las investigaciones deben partir de un posicionamiento desde el pensamiento complejo donde los principios dialógico, de recursividad y hologramático así como la lógica dialéctica, presentes proporcionarán al investigador una visión más integral del problema a analizar y donde la herramienta fundamental en este proceso sea la transdisciplina, dadas sus características, de modo tal que permite ver que la realidad es multidimensional y la estructura se da en múltiples niveles. A todo ello apuntan a contribuir los ejes definidos.

REFERENCIAS

- BULL, Adrián. **La economía del sector turístico.** España: Alianza, 1991.
- BUNGE, Mario. **Mitos, hechos y razones.** Argentina: Sudamericana, 2004.
- CAPANEGRA, César. **La invención del desarrollo turístico**, eje de una episteme de poder. 1er. Congreso Latinoamericano de Historia Económica. Montevideo: CLADHE I – JUHE, 2007.
- CARRIZO, L.; ESPINA M.; KLEIN J. **Transdisciplinariedad y Complejidad en el Análisis Social.** Programa MOST UNESCO, 2004.
- GAETA, R.; GENTILE, N. **Thomas Khun. De los paradigmas a la teoría Evolucionista.** Buenos Aires: Eudeba, 2004.
- GALLICCHIO, E; GROTIUZ I.; SUÁREZ M. **Redes Internacionales de Desarrollo Local en América Latina.** Montevideo: Programa de Desarrollo Local CLAEH, 2002.
- GARCÍA, Rolando, **La investigación interdisciplinaria de sistemas complejos.** Buenos Aires: UBA, 1991.

- GIBBONS, M. et al. **La nueva producción del conocimiento**. Barcelona: Pomares, 1997.
- GUIDO, Rubén Fernando. 2006. **Glosario Ambiental, Turístico y Hotelero**. Disponible en: <<http://www.observatur.edu.ar>>. Acceso en: dic. 2010.
- KHUN, Thomas. **The Structure of Scientific Revolutions**. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- JAMESON, Fredric. **El giro cultural**. Buenos Aires: Manantial, 1999.
- MORÍN, Edgar. **Introducción al pensamiento complejo**. Barcelona: Gedisa, 2001.
- _____. **La epistemología de la complejidad**. España, 1999. Disponible en: <<http://www.slideshare.net/HAV/texto-morn>>. Acceso en dic. 2009
- NAOUM COELHO, Carla. **Nao Lugares; Uma leitura crítica sob a ótica do turismo**. Brasil, 2004. Disponible en: <<http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=3072>>. Acceso en dic. 2009.
- OMT. **Compilación de las estadísticas del gasto turístico**. 1995. Ed. 22. Disponible en:<<http://pub.world-tourism.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-4.pdf>>. Acceso en: ene. 2010.
- PIAGET, Jean. **Lógica y Conocimiento Científico**. Paris; La Pléiade, 1967.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. Disponible en <<http://www.rae.es/rae.html>>. Acceso en: ene. 2010.
- ROMERO, Juan. **Descentralización, Desarrollo Regional y Desafíos Legislativos**. Uruguay: Alfa, 2004.
- ROSALES ORTEGA, R.; GUTIÉRREZ RAMÍREZ, S.; TORRES FRANCO, J. **La Interdisciplina en las ciencias sociales**. España: Anthropos (UAM), 2006.
- ROSGAR LUTER, Ryszard. 2002. **Redes del conocimiento: una perspectiva regional**. Disponible en <www.aportes.buap.mx>. Acceso en feb. 2010.
- VALENCIA Jorge- **Diccionario de términos turísticos**. Disponible en: <<http://www.boletin-turistico.com/index.php/diccionario?task=list&glossid=1&letter=T&page=5>>. Acceso en: dic. 2009