



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

ISSN: 1695-7121

info@pasosonline.org

Universidad de La Laguna
España

Ascanio, Alfredo

El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 8, núm. 4, octubre, 2010, pp. 633-641

Universidad de La Laguna

El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88115181016>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Opiniones y ensayos

El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?

Alfredo Ascanio

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

alfredo.ascanio@gmail.com

Introduction

Uno de los primeros asuntos que se debe discutir es el objeto del turismo como disciplina. Es una premisa necesaria de dilucidar, antes de indagar sus posibilidades como ciencia. ¿Cuál es el objeto del turismo como disciplina? ¿Qué asuntos debe tratar el turismo y en qué se diferencia de otras disciplinas?

Penetrar en el campo de las definiciones del turismo y su objeto es entrar en un terreno polémico como veremos en seguida. Desde los primeros años de 1.900 comenzó una discusión académica sobre el asunto, pero al final se fueron abandonando estos esfuerzos para concentrarse más bien en las aplicaciones prácticas del turismo.

La mayoría de las personas que oyen hablar sobre turismo saben que esa actividad trata sobre los asuntos concernientes a la visita temporal de alguien que se desplaza de su lugar de residencia habitual por un tiempo breve y que regresa a su lugar de partida; igualmente esas personas conocen, quizá, cuál problema puede ser turístico y cuál no lo sería, e incluso podrían enumerar asuntos que pueden caer en este fenómeno social. Pero el objeto de estudio del turismo, no puede determinarse por una simple enumeración de sus distintos asuntos y es que hay cuestiones que trata el turismo, que quedan en la li-

nea fronteriza de varias disciplinas: ¿dónde comienza la separación entre las cuestiones turísticas y los asuntos de otras ciencias sociales?

Tampoco debe perderse de vista, que todavía se discute la aceptación de ciertos problemas que tienen que ver con el análisis del turismo, y que en algunos casos no han sido resueltos, como el análisis que realizó en su Tesis Doctoral el economista español Francisco Muñoz de Escalona, al señalar que el análisis económico del turismo se había concentrado solamente a partir de los asuntos de la demanda, dejando relegado lo que tiene que ver con la oferta del mismo (Muñoz de Escalona, 1.991).

No queda pues otra solución que la determinación del objeto de conocimiento del turismo por un proceso deductivo, es decir con arreglo a criterios científicos, que nos permitan afirmar en cada caso y con perfecta seguridad, si un problema queda encuadrado o no en el marco de esta disciplina. Y este asunto relacionado con la epistemología del turismo, no tiene sólo un carácter puramente académico, a pesar de la afirmación del geógrafo yugoslavo Zivadin Jovicic, al afirmar, en 1975, lo siguiente:

“el desarrollo del pensamiento científico concerniente a un fenómeno tan interesante como el turismo se encuentra considerablemente estancado”.

La moderna epistemología enseña que

en la ciencia no existen verdades absolutas, sino fórmulas necesariamente simplificadas capaces de ofrecer explicaciones de determinadas parcelas de la realidad, más satisfactorias que las precedentes y menos que las posteriores. Es decir, que solamente existen hipótesis que cada vez son perfeccionadas, por lo que es lamentable que el análisis del objeto del turismo se haya detenido el curso de su análisis.

Las críticas de los economistas

Economistas, como Francisco Muñoz de Escalona también están en la búsqueda de la manera más lógica para estudiar al turismo, cuando señala que:

“propugnamos el uso de un modelo de análisis alternativo para estudiar la economía del turismo, entendiendo por alternativo en el contexto de la comunidad de expertos en economía del turismo. En esta comunidad, el modelo convencional que se aplica se caracteriza por su enfoque de demanda, un enfoque que no es el que se utiliza para analizar los sectores productivos de la actividad económica. En el análisis económico de cualquier actividad productiva se emplea, como es sabido, un enfoque de oferta”.

Es así como los economistas quieren de nuevo rescatar al turismo como una disciplina muy cercana a sus enfoques y por eso Muñoz de Escalona nos señala de nuevo su premisa, o sea:

“Con ello pretendemos reivindicar el estudio de este sector de la actividad productiva para la economía, pues opinamos que su estudio se viene haciendo en esa tierra de nadie, que para algunos se solventa con la interdisciplinariedad y para otros con la aspiración a una disciplina científica nueva, independiente y original. Hace ya tiempo que hasta los más firmes defensores de esta aspiración han renunciado a ella, pero la literatura especializada abunda en planteamientos, más o menos subrepticios, que dan por existente aquella disciplina imposible”.

Y es que este economista está convencido que el enfoque de demanda en el turismo ha inoculado dosis excesivas de sociología y hasta de psicología, que no han podido ser bien asimiladas e incluso se atreve a señalar, sin ambages, que: “estos elementos, extraños a la economía, pero relativamente cercanos, se le han añadido otros posteriores como los geográficos y los publicitarios, precipitando todo ello en una mostrenca cuasi-disciplina científica, con soterradas aspiraciones al empleo de métodos sui gé-

neris”.

Este economista se lamenta de que se haya pasado del esfuerzo científico a un enfoque mucho más empírico. Muñoz de Escalona está convencido que el verdadero productor de los planes de desplazamiento circulares (lo que hoy se denomina “paquetes turísticos”) es el Tour Operador o mayorista de viajes. Para Muñoz de Escalona, basándose en la teoría de la oferta, el Tour Operador es realmente el que coloca en el mercado los “productos turísticos” y su influencia es notoria, ya que entre una docena de empresas multinacionales dedicadas a este negocio e integradas horizontal y verticalmente con otras empresas de servicios turísticos, han dominado un mercado que hoy es de 694 millones de llegadas y que se espera pueda crecer este próximo año en un 5%, después de la caída del 1,2% debido a varios problemas mundiales.

Estudios sistemáticos del turismo

Los estudios sistemáticos del turismo realmente comienzan cuando en el año de 1941 Walter Hunziker y Kurt Krapf fundan, en Suiza, el Instituto de Investigaciones Turísticas en la Universidad de St. Gallen y Berna. Después de la Segunda Guerra Mundial estos profesores se dieron a la tarea de fundar también la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) y la inauguración tuvo lugar en Roma el 31 de mayo de 1951. (<http://www.aiest.org>).

Los expertos acostumbran a clasificar las diferentes definiciones en función de diferentes enfoques (psicológicos, sociológicos, geográficos, etc.). Creemos que, a lo largo de casi un siglo de aportaciones, la comunidad de expertos en turismo aún no ha conseguido abandonar totalmente la noción vulgar o clásica de turismo, en la que es fácilmente apreciable el enfoque de demanda de las sucesivas definiciones científicas propuestas. Esta peculiaridad puede perturbar el análisis económico, en especial si se desea conocer quienes son los verdaderos “productores” del turismo a nivel mundial y cuál es su verdadera influencia oligopólica.

Los manuales de turismo suelen contener un capítulo dedicado a reseñar la aparición del turismo como fenómeno individual y social, entendido siempre como el desplazamiento realizado por una persona (o grupo de personas), que reside permanentemente en una localidad, a otra localidad. Anotemos de inmediato, que la historia del fenómeno se hace

desde la perspectiva de esta noción pero señalando que la visita se realiza por puro gusto y placer.

Sin embargo, añadir el calificativo de un desplazamiento realizado por gusto no es un rasgo, sino un elemento básico del fenómeno. Incluso existen analistas que ponen en duda si el viaje de negocios es o no un verdadero viaje turístico (Barretto, 1996). Y es que ya Michele Troisi, de la Universidad de Bari, había señalado que el “turismo de negocios” debe ser eliminado, por ser muy ambiguo y porque: “su actividad es predominantemente productiva y, en general, sacan del lugar de estancia una ganancia mayor de la que gastan en su consumo”.

Nos decía Muñoz de Escalona en su tesis doctoral que: Angelo Mariotti (1974) cree, por ejemplo, que “un estudio sistemático del turismo no puede prescindir de un análisis histórico”. Y señala Escalona que: al intentar ofrecer un esbozo de historia, este autor procura remontarse a la edad prehistórica, pero se ve obligado a desistir porque no cuenta con pruebas que permitan saber si los hombres primitivos realizaban desplazamientos de este tipo. No obstante, miles de años más tarde, en tiempos de Homero, al contar con “La Odisea”, cree tener certeza de que ya existían los forasteros en las ciudades griegas, de donde deduce Mariotti que ya se hacían desplazamientos considerados, sin más matices, como turísticos, a pesar de que no aporta pruebas de que se hicieran por gusto. Le basta con pensar que, si había forasteros, tenía que practicarse la hospitalidad o el alojamiento, un servicio que ocupará un lugar central en la concepción de la actividad turística, en sustitución del motivo “por gusto”, escurridizo por subjetivo.

Mariotti hace referencia a la excelente organización que “el sector turístico” tenía ya en la ciudad de Roma. Existía, según él, una moneda específica, la tessera hospitalis: el *cursus publicus* daba derecho a recibir servicios de restauración y transporte a los viajeros; se disponía de empresas privadas de transporte y existían profesionales que daban servicios de guía. Los itinerarios y los balnearios eran objeto de recomendación a los forasteros, lo mismo que las especialidades culinarias.

Puede que sea el economista suizo Guyer-Freuler (1905) uno de los primeros estudiosos que trató de documentar la evolución histórica del turismo y, con tal fin, se refiere, en el trabajo citado, a las fondas y mesones que existían en las ciudades de la edad media europea, así como a la hospitalidad que practicaban tanto los monasterios como los gremios. También Guyer

acepta la práctica de la hospitalidad como prueba de que el turismo ya existía en Europa hace muchos siglos.

Por su parte, el economista británico A. J. Norval (1936) ocupa un lugar de primera línea entre los investigadores del turismo de la primera mitad del siglo XX. Es desde hace años uno de los grandes clásicos de la economía del turismo, junto con los italianos Mariotti y Troisi y los alemanes Borman y Glücksmann. Este investigador comienza su obra con una larga introducción histórica en la que se remonta a otras épocas. Su historia del turismo tiene el interés de que destaca con especial énfasis el primer viaje organizado por el ebanista inglés Thomas Cook en 1841, viaje que fue el embrión de la primera agencia de viajes de la historia y la primera empresa dedicada a producir turismo para el mercado.

P.P. Defert (1958), profesor del Centre National d'Enseignement Turistique (París), desarrolla aún más la historia de la multinacional del turismo fundada por Cook y se refiere a la proliferación de “agencias” turísticas que tuvo lugar en las principales ciudades europeas, desde finales del siglo pasado, animadas por el éxito espectacular de la empresa pionera. Debemos advertir, no obstante, que son muy escasos los estudiosos que prestan atención a la evolución de estas empresas, siendo lo habitual encontrar obras que, al intentar hacer la historia del turismo, estudian sólo la evolución de las empresas dedicadas al alojamiento y a prestar servicios de transporte.

En la medida en que se insista en la identidad: viaje de turismo viaje de placer, no tiene mucho sentido buscar demasiado lejos en el tiempo sus orígenes si, a la vez, no procuramos demostrar que las civilizaciones pasadas no tenían el mismo concepto de placer que la nuestra. Por esta razón, creemos que están más en lo cierto quienes, manteniendo la citada identidad, sostienen que los viajes turísticos constituyen una práctica relativamente reciente, como Pierre-P. Defert quien propuso como precedente de nuestros viajes turísticos los viajes románticos, pero con una diferencia: que estos viajes casi no impactaban al entorno donde se producían.

En todo caso, lo cierto es que la palabra turista parece que fue empleada por primera vez en el Reino Unido, según L. Fernández Fuster (1981) quien cita la definición de The Oxford English Dictionary, obra que definió en 1800 al turista como el que hace un tour, especialmente quien lo hace por recreo, el que viaja por placer o para aumentar sus conocimientos culturales, visitando lugares por sus objetos de

interés, sus paisajes o sus peculiaridades. La palabra *tour* es un galicismo que proviene del latín *tornus* (torno), pero también se ha señalado que la palabra puede tener un origen hebreo de la antigua palabra *tur* (viaje de exploración), pues aparece en la Biblia, en el cap. XII, versículo 17.

Son muchos los autores que han querido ver el antecedente del turismo moderno, en la vieja costumbre de ciertas familias nobles de Inglaterra, al enviar a sus hijos al Continente, con el fin de completar su formación, para lo cual se basan en que aquel tipo de viaje era conocido con la expresión de “le Grand Tour”.

El objeto del turismo: posturas dominantes

Volvamos a retomar lo que nos indicó Muñoz de Escalona al recordarnos que: el proceso para buscar el objeto del turismo, alcanzó su momento culminante durante el periodo que va desde 1954 (año de la publicación de dos trabajos, uno de, en la *Revue de Tourisme*) a 1972 (año de la publicación del primer número de la revista yugoslava *Turizmologija*, fundada por el geógrafo Zivadin Jovicic, padre de la turismología). Eran los años en los que, en España, el economista matemático español Angel Alcaide (1964) proponía, desde el Instituto Español de Turismo, el término *Teorometría*, del que podría obtenerse el término *teorología*.

A partir de mediados de la década de los setenta, las pretensiones de fundar una nueva ciencia del turismo independiente, fueron cediendo hasta quedar en el reconocimiento público de que tal cosa no era posible, por no existir un método de investigación diferente al empleado por las demás ciencias sociales. A pesar de ello, ya en estos años comienzan a aparecer, en la literatura sobre el turismo, algunas ideas que siguen manteniendo, de manera abierta, que es posible el cultivo y desarrollo de la ciencia del turismo (Ascanio, 1992; Beni, 1993, Jafari, 1994, Gurría Di-Bella, 1995).

El litigio y la polémica han acompañado la formación del concepto científico del turismo. Las confrontaciones llegaron a ser muy frecuentes entre los académicos europeos y finalmente se llegó al consenso de que no era posible encontrar una definición adecuada del turismo debido a la extrema complejidad del fenómeno que se trataba de estudiar.

Se ha dicho que por ejemplo Von Schullern comienza su trabajo haciendo referencia a la existencia de dos posturas contrapuestas entre los estudiosos del turismo. Primero una postura dominante, que considerar al turismo como: “una fuente de

riqueza y, por tanto, de creciente bienestar, para aquellos países hacia los que se dirige, razón por la cual, sólo puede ser correctamente estudiado desde el punto de vista económico”. Como se puede ver en esta expresión, el bienestar es de tipo macroeconómico. En segundo lugar, se refiere a “las escasas voces que se atreven a destacar los aspectos sombríos del turismo”, como el aumento del coste de la vida para la población residente y ciertos aspectos relacionados con la moral. En esta postura, ya aparece una preocupación por los impactos dañinos en la comunidad de acogida.

Cuando el autor ha creído que los elementos de su definición han quedado suficientemente aclarados se pregunta una vez más: “¿Qué es entonces el turismo?”. Y añade que, aunque “todo el mundo piensa en esencia lo mismo, y sin embargo, no resulta fácil encontrar una definición correcta del concepto, en general puede ser suficiente con decir: Turismo es el conjunto de todos aquellos procesos, sobre todo económicos, que ponen en marcha las llegadas, las estancias y las salidas de turistas a y desde una determinada comunidad, región o estado y que se relacionan directamente con ellas”.

No obstante, a partir de 1935, la investigación del turismo “se encuentra más cerca de la sociología que de la economía”, en palabras de Hunziker y Krapf (1942).

La labor investigadora que desarrolló el Seminario de Turismo de la Escuela Superior de Comercio de St. Gallen, Suiza ha sido decisiva para la definitiva consolidación del enfoque sociológico que venía aplicándose desde principios de siglo.

El director de este seminario, el Dr. Walter Hunziker, fue también director de un organismo en el que trabajó como jefe del Departamento de Economía y Estadística: el Dr. Kurt Krapf. Ambos publicaron, en 1942, la obra titulada: “Elementos de la doctrina general del turismo”. Una obra clásica, la cual se considera como un aporte de los llamados “padres del turismo”.

Turismo: coincidencias y divergencias

Veamos en seguida la cuestión que plantean Hunziker y Krapf sobre si el turismo es o puede ser el objeto de estudio de una disciplina científica diferente a las demás ciencias sociales. Se trata de una cuestión que tiene un gran interés, ya que de esa manera se podría llegar a determinar su objeto.

Kurt Krapf delimita lo que llama

“campo de coincidencia o entendimiento” entre los miembros de la comunidad de expertos en doctrina turística, es decir, “los puntos sobre los que no existen divergencias de opinión o éstas son poco significativas”; veamos otra vez el resumen sobre este asunto que nos hace Muñoz de Escalona:

- 1) Se admite que el turismo constituye un desplazamiento de duración limitada y que no implica cambio de domicilio. Dicho de otro modo, estamos en presencia de una migración temporal. El hombre que se desplaza, el turista, se opone de un lado al hombre sedentario, hogareño, y de otro lado, al emigrante que viaja para establecerse en otro lugar.
- 2) Quien se desplaza es un viajero. El turismo se asemeja, pues, a los transportes, constituye una parte del transporte de viajeros, pero no se confunde con él.
- 3) Junto al viaje, la estancia fuera del domicilio se considera como el otro elemento constitutivo del turismo.
- 4) La duración de la estancia no juega ningún papel, lo esencial no es el tiempo de permanencia en un lugar dado, sino la utilización de su equipamiento turístico.

Por tanto, es fácil basándose en esto, incluir a los excursionistas en el seno del turismo, con la condición, en todo caso, de que estas excursiones alejen a quienes las hacen de su entorno inmediato.

- 5) Existe igualmente acuerdo en que el turismo incluye tanto a los extranjeros como a los nacionales y en que comporta un elemento subjetivo y un elemento objetivo: la persona (el turista) y la cosa (el equipamiento turístico).
- 6) El mismo marco de nuestros estudios obliga a situar la definición de turismo sobre bases científicas. (...) Se quiera o no, en la medida en que el turismo es un servicio pagado y absorbe una parte de la renta, el turismo es esencialmente un hecho económico y social.

Es, pues, necesariamente, a las ciencias económicas y sociales a las que hay que recurrir para definir y estudiar el turismo.

A continuación Krapf expone los que llama “puntos conflictivos”, afirmando que las diferencias más importantes en la definición de turismo residen en el modo de delimitar a los sujetos. Existen dos concepciones opuestas:

- A) La que consiste en no conceder el carácter de turista más que a los viajeros que se desplazan por razones distintas a las de ejercer una actividad lucrativa. Dicho de otra forma: el turismo es el hecho del consumo de bienes y servicios, empresas turísticas (hoteles, ferroca-

rril, espectáculos, etc.) que pertenecen a las actividades del servicio y del consumo, considerándose al turista como el prototipo del consumidor.

- B) La que no excluye del turismo los viajes y estancias originados por una actividad lucrativa, debido a que entra en juego las empresas de servicios turísticos. Por el hecho de que el visitante utilice el avión, el tren o el auto, coma en restaurantes, duerma en hoteles, visite ruinas, compre artesanías y envíe postales, es decir, por la utilización del equipamiento turístico, entonces el viajero de negocios tiene el mismo carácter del visitante de placer.

Krapf afirma, como conclusión, que no pretende imponer ninguna de las numerosas definiciones del turismo existentes, puesto que “la fórmula ideal”, la que estaría fuera del alcance de la crítica, aún está por desarrollarse. Es decir, que Tenemos que conformarnos, mientras tanto, con las imperfecciones inherentes a los intentos realizados en ese momento para definir la noción de turismo. En resumen, que el objeto de la disciplina aún no estaba conformado.

Notes

En efecto es el economista italiano Alberto Sessa (1974), quien se plantea la necesidad de Proceder a una revisión de lo que se ha venido llamando la noción clásica del turismo, con el fin de que se adaptara mejor “a la nueva forma del turismo”. Sessa se interroga con la siguiente pregunta: “¿Es necesario el carácter no lucrativo en la noción de turismo?”, al referirse a la nueva definición de Hunsiker, cuando afirmó que:

“El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan del viaje y de la estancia de forasteros en una determinada localidad, siempre que la estancia no determine residencia principal alguna y no esté, en principio, unido a alguna actividad lucrativa”.

Existen tres grupos de definiciones de turismo: definiciones nominales, reales y universales. En el tercer grupo se incluye la definición que, en 1941, propuso Walter Hunziker y que se difundió a través de su obra que, un año después, escribió con su contraparte Kurt Krapf. Después de analizar las definiciones de la Sociedad de Naciones (1937) y la que propuso la Academia Internacional de Turismo (1953), en España Manuel De Torres hace afirmaciones de extraordinario interés para un gobierno y para su Banco Central, las cuales en ese momento no se le apreció en toda su magnitud. Una de estas reflexiones es la siguiente:

te:

“La observación superficial acostumbra considerar los ingresos del turismo como remesas unilaterales, sin contrapartida. El hecho cierto es que los turistas gastan su dinero en la compra de bienes y servicios nacionales. Desde este punto de vista, el turismo es un caso especial de exportación de mercancías y servicios, de cosas reales. Su especialidad radica en que, merced a él, pueden exportarse las cosas sin desplazamiento a través de las fronteras, y ello permite la exportación de cosas físicamente ligadas al territorio, como los servicios de alojamiento y transporte, y de cosas cuyo desplazamiento económico es imposible, como los alimentos condimentados y el producto de ciertas industrias típicas. Es decir, el turismo permite ensanchar extraordinariamente la serie de los bienes exportables, independientemente de la relación de costes comparativos. Y esta exportación puede hacerse en un mercado semimonopolístico, porque la mayor parte de los bienes de exportación turística no tienen, por su propia naturaleza, la competencia de sustitutos extranjeros. De ahí el innegable interés económico del turismo y la necesidad de analizar su mercado”.

Pero todavía y para fines estadísticos se han aceptado los siguientes criterios:

Turista: visitante temporal que permanecen al menos 24 horas en el país de destino y cuyo propósito puede ser entretenimiento (tiempo libre), negocios, viaje familiar, misión y reuniones.

Excursionistas: visitante temporal que permanecen menos de 24 horas en el país de destino, incluidos los viajeros de cruceros.

Las definiciones anteriores fueron aprobadas por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en el año de 1967 y para ese año se desea dejar bien claro que el turista es aquel sujeto que pernocta en cualquier alojamiento turístico y que puede permanecer en destino hasta un límite de seis meses.

Estas definiciones de turistas y excursionistas son las que heredó la Organización Mundial del Turismo (OMT). Desde entonces, las conferencias mundiales sobre turismo las convoca este organismo, pero las aportaciones de las que se han celebrado hasta ahora no se ocupan de lo conceptual, sino de los aspectos políticos comerciales y normativos del turismo. Los fundamentos conceptuales se dan por consolidados y se ajustan a la doctrina del turismo desarrollada por los clásicos y sus seguidores.

Así pues, los expertos parecen haber

llegado al convencimiento de que es más fértil seguir estudiando, con todos los medios a nuestro alcance, el complejo y versátil fenómeno turístico, convencidos de que actuando así se aumentaría su conocimiento, hasta que sea posible que algún día se llegue a determinar con mayor precisión el objeto del turismo. A pesar de esta afirmación, ya existe una definición de la economía del ocio, como se la plantea Serna Morante (2005, p. 123), es decir:

“Es el campo de la economía destinado a la producción, distribución, consumo y autoconsumo de productos y servicios para satisfacer necesidades relacionadas con actitudes, hábitos y prácticas culturales, individuales y sociales para el entretenimiento, formación y recreación física, psíquica y espiritual, durante el tiempo de libre disposición social, individual o psicológica.”

Relaciones: análisis de las partes interesadas

No hay duda que no existiría turismo si no está presente la comunidad receptora o de acogida, es decir: el anfitrión, actor muy pocas veces nombrado en la mayoría de los esfuerzos por discutir el objeto del turismo. La interdependencia entre el anfitrión y el visitante es un asunto fundamental en el turismo. Estas relaciones y los impactos que se producen, constituye, según mis puntos de vista, el objeto del turismo, es decir: es el estudio de las conexiones interdependientes de una comunidad de acogida y unos visitantes temporales. Turismo es la ciencia que se ocupa de los fenómenos que pueden elevar o no la calidad y el género de vida de una determinada comunidad, que tiene el rol de ser anfitrión; y el asunto básico es poder conocer las bondades o no de esa actividad turística, con la finalidad de que la comunidad de acogida logre más beneficios que costes.

A fines de la década de los años 90 ya comenzaron a aparecer análisis que contemplan como un asunto clave la colaboración de las partes interesadas, lo cual es fundamental para lograr un desarrollo sustentable del turismo.

El enfoque que se identifica como de relación/transacción se basa en la teoría de los intereses, incluso como un instrumento normativo para una buena planificación turística (Truly y Leisen, 1999). Aunque este enfoque cooperativista busca elevar los beneficios de la comunidad y minimizar los costes impuestos sobre la cultura y el ambiente, todavía este para-

digma ha puesto mayor énfasis en lograr beneficios óptimos, pero sin otorgar prioridad a unos actores sobre los otros, a pesar de que siempre existe un actor más débil que tiene menos poder para exigir sus reivindicaciones, cuando sabemos que los interesados más notables y que se benefician mucho más son : los turistas, el Tour Operador y las empresas de servicios.

Buscar un equilibrio de poderes es la premisa básica, pero pareciera que los éxitos de este enfoque estratégico se localiza más en utilizar al turismo como un medio para impulsar una cultura diferenciada y en los enfoques de marketing.

Anfitriones vs. invitados

El enfoque anfitrión-invitado no deja de tener problemas, especialmente en los países en vías de desarrollo, pues la comunidad de acogida muchas veces sigue siendo pobre, aunque si poseen una cultura local interesante para el visitante. Pareciera que el turismo sustentable es más ecocéntrico que antropocéntrico; así pues, la preservación de la naturaleza y de lo histórico-monumental resulta primordial, e incluso se afirma que el resultado del servicio turístico, (broceado solar, relax en espacio prístinos), es más importante en el contexto del marketing mix, que buscar mecanismos para una mejor distribución de la riqueza turística. Algunos enclaves turísticos de mucho lujo y ubicados en espacios geográficos donde aún existe la pobreza, puede producir un contraste que se podría traducir en resentimientos por parte de los residentes marginados.

Muchas veces los activistas locales perciben algunos acontecimientos turísticos de una manera diferente. Si los residentes y sus líderes se sienten excluidos de iniciativas donde no pueden verse beneficiados para mejorar su calidad de vida, entonces pueden surgir los conflictos como los que han aparecido en el Nordeste del Brasil, especialmente en Fortaleza, Estado de Ceará; o bien, en el sitio denominado Tilcara-Jujuy en Argentina, donde los lugareños no están satisfechos con la decisión de la UNESCO en declarar Paisaje Cultural de la Humanidad a la llamada Quebrada de Humaguaca, pues ha despertado una elevada especulación del suelo con fines turísticos, desplazando a la comunidad local, la cual se ha visto impactada por un negocio inmobiliario sin ningún monitoreo y control (C.Coceres, en turismo@listserver.com.ar).

Pareciera entonces que sería necesario reinventar el turismo tomando como base las cinco estrategias que diseñaron David

Osborne y Peter Plastrik (1998), autores que consideraron la reinención como una transformación fundamental de los sistemas, para que se produzca no sólo eficiencia, eficacia y capacidad de innovación, sino para adaptarse a un contexto donde es necesario mejorar la calidad de todos sus actores y en especial de los más vulnerables.

Una reflexión académica

Me gustaría ahora terminar mi ponencia recordando lo que ha sugerido el antropólogo Jafar Jafari, del Departamento de Hospitalidad y Turismo de la Universidad de Wisconsin-Stout, cuando se refirió, en Mallorca, a la dicotomía entre la plataforma optimista del turismo y la plataforma pesimista del mismo; una: privilegiando los impactos favorables; y la otra: los impactos dañinos. Frente a este debate polarizado, había surgido el llamado turismo alternativo, que aunque ha sido una reinención parcial, ha comenzado a promover la plataforma del conocimiento, que se sustenta en las investigaciones académicas universitarias y que está en la búsqueda del consenso entre los actores involucrados, a fin de mitigar los problemas más acuciantes dentro de un contexto dado.

Todo esto no se obtiene a través de un sistema de ecuaciones, sino mediante el ejercicio para buscar un delicado equilibrio que se afiance en las potencialidades y facultades del ser humano y en el perfil de los atributos y raíces de comunidades que esperan que el turismo les traiga más beneficios que costos y esto debe formar parte, no hay duda, del objeto fundamental del turismo.

Existen tres enfoques para estudiar los problemas del turismo:

- 1) El enfoque conductista: pues existe un mundo real de objetos y acontecimientos turísticos que inducen a las personas a realizar una visita temporal en un lugar que ha percibido como placentero.
- 2) El enfoque fenomenológico: pues existe un mundo de pensamientos e imágenes mentales afectivas sobre un lugar determinado que nos induce a realizar la visita.
- 3) El enfoque economicista: pues existe una oferta de posibles viajes y una demanda que se relaciona con una renta disponible y con unos posibles gastos, que se traducirían en una salida de divisas para el país emisor y en una entrada de divisas para el país receptor, además del empleo.

El estudio sistemático del turismo de una manera holística todavía se encuentra en su etapa embrionaria y requiere de in-

vestigaciones de excelencia, a los fines de estudiar con mayor profundidad el objeto del turismo y llegar, por esa vía, al diseño de una ciencia social de los viajes.

Rogelio Rocha Centeno, desde la sección de postgrado de la Escuela Superior de Turismo del IPN, en México, ya había señalado durante los años de 1986-1988 y en su libro publicado en 1992, que la forma en que se hace investigación en las ciencias sociales, no es totalmente pertinente cuando se trata de hacer investigación en turismo debido a varias razones fundamentales:

- 1) para investigar en turismo se requiere un cuerpo teórico el cual todavía no existe.
- 2) la investigación en turismo supone un enfoque interdisciplinario.

Rocha propone crear una teoría del turismo con bases epistemológicas, es decir considerando la teoría del conocimiento y la lógica. No hay duda que los padres del turismo Kurt Krapf y Walter Hunziker ya habían relacionado el pensamiento sobre el turismo con sus objeto que comenzaba a formarse y luego Alberto Sessa analizaba de manera crítica los principios y conceptos que explicaban la relación del pensamiento anterior con el turismo, al captar las características esenciales del mismo.

También en los últimos años de la década de los 90 comienzan a surgir enfoques sistémicos los cuales reconocen todos los elementos que se integran de una manera holística al turismo, con la finalidad de conceptualizar el fenómeno y conocer el principio de su causalidad. Por ejemplo los elementos que se relaciona entre sí en el modelo de A. Ascanio son, por una parte, los recursos turísticos, las empresas que los utilizan para ofertar los productos; y por la otra, los turistas como consumidores y su relación con la comunidad de anfitriones o comunidad receptora y todos estos elementos formando un todo, pero relacionado en el contexto de un ente superior que ha establecido las reglas del juego. Si estas reglas aseguran los equilibrios entre los recursos, actores y el contexto, entonces la causalidad funciona para proporcionar el objeto del turismo (Ascanio, 1998, pp.100-115).

Igualmente, los elementos que se relaciona entre sí en el modelo M. C Beni parte del hecho empírico de una oferta original (recursos naturales, culturales y artificiales) y una oferta agregada (los equipamientos y sus servicios), todo lo cual daría origen al producto turístico, el cual es demandado por los turistas como consumidores, en el contexto de un mercado y de un orden jurídico. Luego de allí pasa Beni a concebir al turismo como un sistema abierto, pues su modelo referencial parte

de un conjunto de funciones inherentes al turismo y establece tres grandes conjuntos, a saber: las relaciones ambientales (ecológica, social, económica y cultural); relaciones estructurales (superestructura e infraestructura); y finalmente, las relaciones operacionales (oferta, demanda, mercado y distribución). Cada componente de esos grandes conjuntos puede considerarse como un subsistema en sí mismo y que se integran articuladamente para forman el sistema general que Beni lo ha llamado SISTUR (1997, pp. 40-48).

Para Rocha Centeno, el flujo particular de turistas que demandan servicios es la sustancia o base del turismo y todos los servicios proporcionados son sus propiedades que lo conforman y que se relaciona con los flujos turísticos a través de los servicios, que en esencia se relacionan con el tiempo libre, los recursos turísticos y la necesidad de recreación o diversión. Además, en donde quiera que aparezca un cambio o un efecto, existe una causa. Los nexos causales del turismo se explican de inmediato. Una causa esencial es aquella sin la cual el turismo no podría darse, pero hay también causas transitorias o no esenciales. Una de las causas esenciales del turismo masivo es, por ejemplo, el transporte.

Existen muchos juicios acerca del turismo que realmente son mitos y no realidades. Esto sucede porque se cuantifican algunos hechos o se añade una cualidad o una relación o modalidad al turismo que no le corresponde.

Para que un juicio tenga consistencia formal y conceptual se necesita que exista una teoría turística o un modelo conceptual para simbolizar la realidad; es decir, se requiere contar con un constructo. Como señala Rocha Centeno podemos partir de unos axiomas, para luego pasar a un teorema, pero el problema es que el turismo es interdisciplinario, pero con la esperanza de que al haber interrelación orgánica con varias disciplinas, surja entonces la nueva disciplina del turismo: la ciencia social de los viajes; pero ¿cómo se deben unir orgánicamente las disciplinas que se relacionan con el turismo? ¿cómo elaborar conceptos que interpreten de manera fiel los hechos turísticos?

El enfoque actual en la mayoría de las Facultades de Turismo consiste en la preparación primero del protocolo de investigación (plan y programa de trabajo). Allí se explica lo que se intenta hacer para obtener resultados. Se hace el planteamiento del problema, se investiga la literatura existente sobre el asunto para encontrar las bases de un cuerpo referencial o mar-

co teórico de alguna disciplina o disciplinas que tienen que ver con esa investigación; luego se establece los objetivos y se cuantifican las metas, para finalmente explicar la metodología con sus cronograma de trabajo y los recursos necesarios para llevar a cabo la investigación.

No hay duda entonces que desde la academia se estaría gestando con los trabajos de grado, las tesis de maestría y doctorado, los fundamentos para que dentro de varios años se comience a generar esta nueva ciencia, lo cual servirá como base para mejorar las políticas turísticas, elevando los beneficios y disminuyendo los impactos o costos sociales.

Referencias bibliográficas

- Alcaide, Ángel
1964 Econometría del turismo, Estudios Turísticos, Oebre y Dicbre, No. 4
- Ascanio, Alfredo
1992. Turismo: La ciencia social de los viajes, Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 1, No. 3.
- Ascanio, Alfredo
1998. Elementos del turismo como sistema, Caracas, Editorial Venezolana, S.A.
- Barretto, Margarita,
1996. Turismo de negocios. Un concepto polémico, Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 5, No. 3.
- Beni, Mário Carlos
1997. Análisis estructural do turismo, Sao Paulo. Editora SENAC.
- Coceres, Claudia,
2005. [on-line], disponible en Internet vía listserver: turismo@listserver.com.ar
- De Arrillaga, Ignacio
1955. Sistema de política turística, Madrid, Editorial Aguilar, con prólogo de Manuel Torres.
- Fernández Fuster, L,
1981. Teoría y técnica del turismo, Madrid, Editora Nacional.
- Gurría Di-Bella, Manuel,
1995. Fundamentos para una teoría turística del futuro, Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 4, No. 4, pp. 281-299.
- Guyer-Freuler,
1905. Fremdenverkehr und Hotelwesen, Berna, Suiza.
- Hunziker, Walter y Krapf, Kart
1942. Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Universidad de Berna, Suiza.
- Hunziker, Walter.
1959. Turismo en teoría y práctica, Berna, Edit Verbandsdruckerei AG.
- Jafar Safari,
1994. La Cientifización del turismo, Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 3, No. 1, pp. 7-36.
- Jovicic, Zivadin ,
1975 Tourism and geography, Travel Research Journal, No. 3, UIOOT.
- Krapf, Kart,
1963. Le role et l'importance du tourisme internacional, Roma, ONU.
- Mariotti, Angelo,
1974. Reccolta di studi sul turismo, Roma, Grafiche Scala Editrici.
- Mariotti, Angelo,
1923. L'industria dei forastieri en Italia, Universidad de Roma.
- Muñoz de Escalona, Francisco ,
1992. Crítica de la economía turística: enfoque de oferta versus enfoque de demanda , [on-line] , disponible en Internet vía WWW. URL: <http://www.eumed.net/>
- Norwal, J.,
1936. The Tourist Industry, Londres, Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.
- Osborne, David y Plastrik, Meter
1998. La reducción de la burocracia: cinco estrategias para reinventar el gobierno, Barcelona, Editorial Paidós.
- P. Defer, Pierre
1958. Historia universal del turismo, Paris, Centre National d'Enseignement Turistique.
- Rocha Centeno, Rogelio,
1992. Metodología de la investigación aplicada al turismo : casos prácticos, México, Editorial Trillas.
- Serna Morante, José Manuel,
2005. Economía del ocio: perspectivas y prospectivas, Caracas, CENDES, UCV.
- Sessa, Alberto
1974. Elementi di economia turística, Roma, C.I.T.T.
- Troisi, Michele
1942. La Rendita turística: teoria e fatti, Bari, Università di Bari.
- Truly Sautter, Ekise y Leisen, Birgit
1999. La gestión de las partes interesadas: un modelo de planificación turística, Annals of Tourism Research en Español, Vol 1, No. 1, pp. 101-119
- Von Schullern, Hermann,
1911. Fremdenverkehr und Volkswirtschaft , Jahrbuch für Nationalökonomie und Statistike.

Recibido:

18/11/09

Aceptado:

20/05/10

Opinión no evaluada