

Reflexiones en torno a la construcción social del conocimiento turístico: un acercamiento crítico epistemológico

Reflections on the social construction of tourism knowledge: an epistemological critical approach

Reflexões sobre a construção social do conhecimento do turismo: uma abordagem crítica epistemológica

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.18n3.2018.1366>

Florencia Viviana Moscoso <moscoso.florencia@gmail.com >

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 26-nov-2016

Aceite: 10-jul-2018

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

MOSCOSO, F. V. Reflexiones en torno a la construcción social del conocimiento turístico: un acercamiento crítico epistemológico. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 139-153, dez. 2018.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



EDIÇÃO



PATROCÍNIO



RESUMEN

A partir de la segunda mitad del Siglo XX, el rápido y estable crecimiento que experimento el turismo, atrajo el interés por el desarrollo de las primeras investigaciones y estudios en turismo orientadas a la indagación de cuestiones comprobables, medibles y verificables (visión económica y mercadológica). Esta mirada respecto al conocimiento turístico ha sido catalogada de reduccionista, en la medida que no que entiende al turismo como un fenómeno atravesado por distintas dimensiones sociales. Resulta así esencial repensar el fenómeno turístico como objeto de estudio, destacando la importancia de lo social en la generación y construcción del conocimiento. En este sentido, tomando como referencia el pensamiento y aporte del enfoque crítico (Teoría Crítica y Fenomenología), el presente artículo intenta analizar de manera reflexiva el desarrollo de la epistemología del turismo. A través de la revisión y análisis de bibliografía, el trabajo tiene por objetivo abordar los siguientes aspectos: (1) Definición del turismo y su objeto de estudio, (2) Evolución de las investigaciones en turismo; (3) el enfoque crítico en la investigación turística; y (4) la importancia de la comunicación, diálogo e intersubjetividad en la producción de conocimiento. Por tanto, la investigación turística requiere de una actitud crítica e interpretativa que derive en el desarrollo de nuevos modelos cognoscitivos y nuevas formas pensar y actuar en la realidad.

Palavras clave: Turismo. Epistemología. Conocimiento. Enfoque crítico.

ABSTRACT

Since the last half of XX century, tourism has experienced a steadily growth. This fact tempted the interest in the development of verifiable and measurable investigations with an economic and marketing view. This view regarding tourism knowledge has been catalogued as reductionist; insofar it does not consider tourism as a social phenomenon. For this reason is essential to rethink the tourist phenomenon as an object of study, highlighting the importance of the social in the generation and construction of knowledge. In this sense, taking in consideration the thought and contribution of the critical approach (Critical Theory and Phenomenology), the present article tries to reflectively analyze the development of tourism epistemology. Through the review and analysis of bibliography, the work attempt to address the following aspects: (1) tourism definition and its object of study, (2) Evolution of tourism research; (3) the critical approach in tourism research; and (4) the importance of communication, dialogue and intersubjectivity in the production of knowledge. Therefore, tourism research requires a critical and interpretative approach that leads to the development of new cognitive models and new ways of thinking and acting in reality.

Keywords: Tourism. Epistemology. Knowledge. Critical approach.

RESUMO

A partir da segunda metade do século XX, o crescimento rápido e estável experimentado pelo turismo atraiu o interesse no desenvolvimento da primeira pesquisa e estudos do turismo, inquirido, questões testáveis, mensuráveis e verificáveis (visão econômica e marketing). Esse olhar sobre o conhecimento do turismo foi classificado como reducionista, na medida em que o turismo não é entendido como um fenômeno por meio do qual intervêm diferentes dimensões sociais. Assim, é essencial repensar o fenômeno do turismo como um objeto de estudo, destacando a importância do social na geração e construção do conhecimento. A esse respeito, tomando como referência a contribuição e a abordagem do pensamento crítico (Teoria Crítica e Fenomenologia), este artigo tenta analisar reflexivamente o desenvolvimento da epistemologia do turismo. Da mesma forma, por meio de revisão da literatura e análise, o trabalho tem como objetivo abordar as seguintes questões: (1) Definição de turismo e seu objeto de estudo; (2) Evolução da pesquisa em turismo; (3) Abordagem crítica na pesquisa em turismo; e (4) Importância da comunicação, do diálogo e da intersubjetividade na produção de conhecimento. Portanto, a pesquisa em turismo requer uma atitude crítica e interpretativa resultando no desenvolvimento de novos modelos cognitivos e novas formas de pensar e agir na realidade.

Palavras-chave: Turismo. Epistemologia. Conhecimento. Abordagem crítica.

EL TURISMO COMO OBJETO DE ESTUDIO

El gran crecimiento y desarrollo que ha experimentado el turismo en el marco de la investigación científica, ha llevado al planteamiento de ciertos interrogantes por parte de referentes académicos, entre ellos: ¿Cómo se construye el conocimiento en turismo?, ¿Cuál es la delimitación del objeto de estudio? ¿A partir de qué metodologías se puede abordar? Sin embargo, los estudios existentes han desarrollado y respondido de manera superficial y poco profunda estos interrogantes, centrando su foco en el debate del status del turismo como ciencia.

Es por eso que en todo nuevo campo de investigación, así como en aquellos ya legitimados, es importante el reconocimiento, construcción y (des) construcción de la variable epistemológica por parte de los distintos agentes que hacen a la formación y constitución de dicho campo. De igual manera, la forma de hacer y concebir una disciplina, en este caso el turismo, se encuentra mediada por la variable espacio-temporal, permitiendo analizar y comprender el desarrollo y la construcción del conocimiento a partir de los discursos científicos imperantes, las temáticas investigadas y los modelos cognoscitivos de una determinada época (ASCANIO, 2010; KORSTANJE, 2013).

Antes de ahondar en los estudios sobre el conocimiento, es preciso definir qué se entiende por turismo. En la actualidad no existe un consenso respecto a una única definición del turismo sino que son varias las definiciones de acuerdo a la visión que prime sobre su análisis. Así, algunos autores enfatizan su carácter de actividad económica mientras que otros, como Panosso Netto, hacen hincapié en concebirlo como un fenómeno “de experiencias vividas [...] y con propósitos diferentes por los seres involucrados, tanto por lo que se dicen turistas como por los que trabajan en el sector” (2008, p. 25) En este artículo el turismo será abordado bajo este último enfoque, teniendo en cuenta su carácter eminentemente social.

A continuación se desarrolla brevemente la evolución del turismo como objeto de estudio y las distintas miradas respecto a la construcción del conocimiento.

HACIA UNA BREVE HISTORIA DE LA CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO EN TURISMO

A lo largo de la historia, la epistemología ha tenido como principal objetivo responder a interrogantes tales como ¿Qué es el conocimiento?, ¿Cómo accedemos a él? ¿Cuál es nuestra relación con la realidad estudiada?, ¿Descubrimos el conocimiento o lo construimos?, entre otros. Esto ha dado lugar a distintas perspectivas y metodologías al momento de describir e intervenir la realidad, en busca de ese conocimiento. El turismo no ha quedado ajeno a este hecho, constituyendo hoy en día un importante campo de investigación abordado por distintas corrientes y posturas filosóficas.

LOS ALBORES DE LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO

El rápido y estable crecimiento que experimentó el turismo, a partir de la segunda mitad del Siglo XX, llevo a que sea catalogado como un fenómeno generador de grandes beneficios para los países. Esto ha atraído la atención de distintos sectores y grupos de interés, quienes a partir de este contexto han buscado

dar cuenta de los impactos positivos que trae consigo la actividad, desarrollando una definición y corpus teórico desde una concepción mercadológica y sumamente economicista. Así los primeros estudios en turismo se orientan a la indagación de cuestiones comprobables, medibles y verificables; siendo el positivismo y la empírea el pilar de los mismos.

El positivismo, nace como perspectiva epistemológica y modelo de validación de las Ciencias Naturales y Exactas, respondiendo a cuestiones prácticas, utilitarias, funcionales y objetivas respecto de las necesidades que impone universalmente la modernidad, sustituyendo así la reflexión del sujeto y reduciendo “los hechos sociales a dimensiones externas, observables y mensurables” (SANTOS, 2009, p. 28). Las teorías positivistas suponen la existencia de un monismo metodológico al momento de abordar la realidad, llevando a la neutralidad del sujeto que la busca comprender y del dato resultante.

Si bien esta corriente ha tenido una fuerte impronta en el estudio de la naturaleza, en lo que respecta a la producción de conocimiento en las Ciencias Sociales constituye una mirada reduccionista, al no tener en cuenta la existencia e influencia de variables como la experiencia, los pensamientos, los discursos, la cultura, las contingencias históricas, las relaciones de poder, entre otros (CATON, 2012). No es menor la influencia que ha tenido en el campo del turismo condicionando los estudios a “la aplicación de procesos sistemáticos en lo teórico y metodológico” (JIMENEZ; NECHAR, 2016, p. 50) y dejando relegada la investigación de numerosas temáticas vinculadas a dimensiones sociales que atraviesan el fenómeno turístico.

De manera análoga la visión científica positivista ha perseguido un conocimiento libre de valores, no comprometida e independiente de las consecuencias sociales que puede generar tanto en el hombre como en su entorno (CATON, 2012; SANTOS, 2009). Sin embargo, el conocimiento ha demostrado que no se encuentra desprovisto de las connotaciones sociales que lo atañen, siendo innegable la influencia de discursos, conceptos y pensamientos de un contexto determinado en su producción y desarrollo. Como expone Mardones: “la razón humana está imbricada explícitamente con el interés” (2003, p. 47).

Ante estos argumentos es preciso preguntarse ¿constituye el positivismo el método por excelencia para abordar el fenómeno turístico? La respuesta es “No”, ya que como se dijo en el apartado anterior, el turismo constituye un proceso social complejo, cuyo conocimiento precisa ser abordado a través de modelos cognoscitivos reflexivos y críticos. Esta nueva mirada respecto a la forma de producir conocimiento, se contrapone a los postulados del pensamiento positivista lógico, en la medida inserta al sujeto como ser crítico de la realidad que se busca explicar y comprender; analizando la realidad desde una postura intersubjetiva y a partir de la utilización de distintos principios metodológicos adecuados al objeto de estudio. Si bien son muchos los enfoques anti-positivistas propuestos a lo largo de la historia de la ciencia, muy pocos han llegado a ser analizados en el turismo pero han constituido un gran aporte hacia una comprensión más holística del fenómeno. En este sentido, el presente artículo intentará dar el puntapié inicial en el desarrollo de las principales características de dos enfoques: el enfoque crítico (Primera y Segunda Escuela de Frankfurt), tomando como referencia a Jürgen Habermas, y los aportes desde la sociología fenomenológica de Alfred Schütz.

Resumiendo, la forma de producir conocimiento en turismo ha evolucionado desde sus primeras etapas, pasando de un pensamiento simple y lineal a un pensamiento complejo de lo social (CAMPODÓNICO; CHALAR, 2010). La importancia de este último radica en el contexto dinámico en el cual está inmerso el turismo, atendiendo a nuevos cambios socioculturales y económicos que se dan en el entorno. Es por eso que al ser un fenómeno primero práctico y luego teórico se precisa de no solo de un corte científicista sino

de incorporar un pensamiento filosófico-reflexivo que lleve a una (des)construcción y (re)significación de los criterios epistemológicos y de responsabilidad que hacen a la construcción del conocimiento y pensamiento en turismo.

En este sentido Tobar Bustamente et al exponen que “la importancia de la filosofía en el estudio del turismo implica reformular su proyecto como teoría humana, social y política, al conjuntar reflexión del pensar con los discursos ideologizados y el análisis empírico de las experiencias” (2015, p. 42) De igual manera García Valencia (1999) manifiesta que es “necesario replantear de aquí en adelante la actividad filosófica con una responsabilidad social como respuesta a los problemas del mundo, que ya no se resuelven desde una razón objetiva, sino que se solucionan en el encuentro de múltiples puntos de vista.” (p. 1).

Lo desarrollado hasta aquí constituye una primera aproximación hacia la investigación epistemológica en turismo. Donde se entiende al turismo como proceso social implicado en un territorio determinado e influenciado por múltiples dimensiones. Asimismo, a lo largo de esta sección se han identificado y desarrollado brevemente las principales características del turismo para su indagación a partir de cuestiones fenomenológicas y críticas, enfoques que se profundizaran a continuación.

HACIA UN ENFOQUE CRÍTICO EN TURISMO

La teoría crítica, surge como propuesta de la Primera Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer) frente a la necesidad de pensar un conocimiento distinto al que se venía desarrollando. Esta perspectiva toma como eje fundamental la emancipación del conocimiento, no desde la reproducción de datos objetivos y cosificación de la realidad, sino como una hermenéutica intersubjetiva, de reflexión, comprensiva, donde el sujeto pasa a tener un papel activo interviniendo la realidad y no solo reconociéndola. Al mismo tiempo, considera que el bagaje de valores que hacen al científico social tiene una influencia directa en el objeto de estudio que observa e interviene (SANTOS, 2009).

Como miembro de la segunda generación de la Teoría Crítica, Jürgen Habermas (1982) advierte que la modernidad ha llevado a una racionalización del saber y de conocimientos que sirven a una razón instrumental, donde la reflexión crítica termina quedando a un lado. Es así, que esta visión desafía los límites puestos por el positivismo, buscando plantear la cuestión de valores éticos y morales en nuestra de manera de percibir y actuar en el mundo.

La crítica puede ser entendida como un “método constructivo-interpretativo del conocimiento” (JIMÉNEZ; NECHAR, 2016, p. 51) a partir del cual se (des)construye una realidad dada (re)significándola bajo nuevas miradas. En otras palabras, se busca romper con estructuras convencionales y permitir, no solo a los investigadores sino a los actores sociales, reflexionar acerca de las ideas, pensamientos y conocimientos que se tienen como dados, buscando una transformación contextual de la realidad que se vive. (BUSTAMANTE et al., 2015).

Por su parte, Tribe (2006) destaca que una de las principales características de la teoría crítica es su interés por las relaciones de poder, identificando cuál o cuáles son las influencias ideológicas que presenta un determinado trabajo de investigación y preguntándose a qué intereses particulares responde.

La cuestión crítica del turismo reside en despojarnos de estructuras y convencionalismos hegemónicos, para poder comprender, (re) explicar y (re) significar el fenómeno desde una reflexión, interpretación y comunicación intersubjetiva. En palabras de Nava Jiménez y Castillo Nechar es de importancia la generación de “contenidos crítico-reflexivos que procuren una praxis turístico-social emancipatoria” (2016, p. 52).

Tribe (2007) ha observado la falta producción de conocimiento crítico en turismo destacando algunos factores que obstaculizan su desarrollo como lo son los paradigmas, las ideologías, los discursos, las disciplinas y tradiciones. Sin embargo, en los últimos años, se destaca un aumento de las investigaciones críticas y de importantes redes a nivel mundial que tienen como foco estos estudios tales como la Association for Tourism and Leisure Education and Research (atlas); Estudios Críticos en Turismo (escritur) y Critical Tourism Studies Asia-Pacific Consortium (ctsap). De igual manera, dentro de este enfoque se identifican corrientes menores de abordaje del turismo entre las que se encuentran aquellas posturas de género-feministas y posmarxistas.

A continuación, profundizaremos en la indagación de aspectos crítico-reflexivos, que nos permitan llegar a una visión comprensiva del fenómeno turístico desde un enfoque social.

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO, ACCIÓN SOCIAL E INTERSUBJETIVIDAD

El pensamiento positivista ha tenido una importante influencia dentro de las Ciencias Naturales, desarrollando un conocimiento objetivable, práctico y funcional de la realidad a partir de una metodología empírica reducida a cuestiones medibles y cuantificables. Sin embargo la relevancia de este pensamiento en el campo de las Ciencias Sociales ha sido diferente, haciendo necesario (re)plantear los siguientes interrogantes ¿Qué es el conocimiento? ¿Cuál es metodología para acceder a ese conocimiento? ¿Es válido en cualquier contexto? ¿Cuáles son los factores que legitiman su validez? ¿El sujeto forma parte del objeto de estudio?

Dada la complejidad de las Ciencias Sociales, el conocimiento para a ser entendido como una construcción social por parte de distintos sujetos, quienes a partir de su valores y conceptos, intervienen de forma activa el objeto de estudio. Asimismo, su condicionamiento a la variable espacio-tiempo, le otorgan un carácter dinámico y dialectico (VALENCIA, 1999).

Al respecto De Sousa Santos manifiesta lo siguiente:

(...) se puede afirmar hoy que el objeto es la continuación del sujeto por otros medios. Por eso, todo el conocimiento científico es autoconocimiento. La ciencia no descubre, crea, y el acto creativo protagonizado por cada científico y por la comunidad científica en su conjunto ha de conocerse íntimamente ante que conozca lo que con él se conoce de lo real. Los presupuestos metafísicos, los sistemas de creencias, los juicios de valor no están antes ni después de la explicación científica de la naturaleza o de la sociedad. Son parte integrante de esa misma explicación. (...) La ciencia es así autobiográfica.” (2009, p. 52)

Ahora bien, ¿a qué hace referencia el autor con la frase “todo el conocimiento científico es autoconocimiento”? En nuestros días, la ciencia posmoderna pasa a dialogar con un nuevo tipo de conocimiento: el conocimiento del sentido común, vulgar y práctico. Dicho conocimiento orienta y da

sentido a nuestras acciones en el mundo, caracterizándose por ser transparente y evidente, indisciplinario y ametódico, retórico y metafórico, y reproducido en la vida cotidiana.

En relación a este planteamiento, el sociólogo y filósofo Alfred Schütz desarrolla y profundiza el concepto de sentido común como conocimiento pre-científico llevándolo al campo de la acción social. Schütz propone, en su teoría, el concepto del Mundo de la Vida (*Lebenswelt*), definiéndolo como el mundo de la vida cotidiana (experiencias), donde el sujeto se desarrolla en contacto con la naturaleza y en relación con las subjetividades de otros. Para la teoría social es relevante el Mundo de la Vida donde se desenvuelve el sujeto. Cabe preguntar ¿Cómo se constituye fenomenológicamente este mundo social? Según el autor su constitución se da a partir del mundo socio-histórico concreto de cada sujeto y de las percepciones e interpretaciones (significados) que le confieren los actores.

El foco radica en la importancia de las experiencias y en la realidad histórico-contextual en la que se desenvuelve cotidianamente el sujeto. En cuanto a las experiencias, estas constituyen la matriz del conocimiento del sentido común, la cual a su vez determina el esquema de referencia del sujeto al momento de actuar en el mundo. Este tipo de conocimiento no es cuestionado, es algo implícito y heredado. Al igual que las experiencias, el “aquí y ahora orientan las acciones y el ordenamiento y estructuración del significado que se le asigna a ciertos objetos o fenómenos, estos son los ejes para situarse y orientarse en el mundo social, son las coordenadas de la matriz social” (SALAS, 2006, p. 188) En otras palabras, la biografía (experiencias y contexto) de cada sujeto permite la ubicación y materialización de sus acciones en el mundo.

Continuando con el razonamiento, es importante señalar, que el sujeto no solo actúa en función de sus experiencias y el contexto, sino que también lo hace en función de las interpretaciones que hace de las acciones y sensaciones del “otro”. Así, el Mundo de la Vida se caracteriza por ser social y compartido. Ahora bien, la interpretación del mundo desde el conocimiento del sentido común no es igual para todos, no nos relacionamos de la misma manera con todos los sujetos y nuestras intencionalidades no siempre coinciden. En este sentido el concepto de intersubjetividad y comunicación son fundamentales (SALAS, 2006).

De la interpretación, relación e intercambio de conocimientos entre los sujetos se hace posible la intersubjetividad y acción social. La intersubjetividad hace referencia a la relación cara a cara entre dos sujetos. Esta relación permite generar un proceso de aprendizaje, donde el conocimiento del sentido común es verificado y modificado, adquiriendo nuevas experiencias mediante la comunicación (HERNÁNDEZ; GALINDO, 2007). En lo que se refiere a la acción social, esta se encuentra siempre dotada de sentido y de intencionalidad y se constituye, en parte, de la intersubjetividad que se da en el Mundo de la Vida.

A modo de resumen la teoría propuesta por Schütz radica en la manera de interpretar y actuar en el Mundo de la Vida, a partir del sentido que le conferimos a las acciones y de nuestra relación y comunicación con otros.

EL “MUNDO DE LA VIDA” EN EL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO

El conocimiento del sentido común constituye un conocimiento pre-científico, donde “las experiencias de toda una comunidad científica, las experiencias de otros como yo” pueden ser traspoladas al hecho científico (SCHÜTZ, 1932 apud SALAS, 2006, p. 171). Asimismo es importante entender que “la ciencia

social misma solo es posible y concebible dentro de la esfera general de la vida en el mundo social” (SCHÜTZ, 1932 apud SALAS, 2006, p. 171).

El aspecto central de los aportes de Schütz radica en la existencia de que la acción social así como la investigación científica, se encuentra influenciada por el lenguaje, el diálogo y la comunicación intersubjetiva.

Dicho lo anterior, es de importancia destacar que la configuración histórica del momento permite analizar y comprender el desarrollo y la construcción del conocimiento, así como los discursos científicos utilizados, las temáticas investigadas y los modelos conceptuales y mentales respecto a la forma de concebir y hacer de la ciencia. Sobre este aspecto Michael Foucault (1980) afirma que el objeto y sujeto del conocimiento, al igual que el criterio de “verdad”, se constituyen históricamente en función de las relaciones entre seres humanos, de la época y de las relaciones de poder. Agrega, que incluso la ciencia es una forma de discurso y, como tal, determina las condiciones de lo que puede entrar en el campo de lo verdadero, de lo que se debe hablar, y sobre los instrumentos y técnicas que se pueden utilizar. En otras palabras se trata de un mecanismo de producción de discursos que al mismo tiempo limita otros.

EL CONOCIMIENTO DE LO SOCIAL EN EL TURISMO

Como se ha mencionado anteriormente, el fenómeno turístico se destaca por su carácter eminentemente social, abarcando diversos aspectos y variables que hacen a su entendimiento y práctica. En este sentido, el turismo se inserta y desarrolla en un territorio atravesado por múltiples procesos sociales conformando lo que se conoce como Destino Turístico. El mismo, es entendido como un espacio físico mediado por la relación entre la construcción social por parte de la comunidad local (procesos sociales e históricos), los intereses de los actores vinculados en la práctica y el imaginario del turista. Como se puede observar, los destinos, conllevan relaciones entre sujetos y actores. Dichas relaciones pueden tener mayor o menor grado de vinculación, pero todas ellas presentan el aspecto de la intersubjetividad y la comunicación como eje fundamental.

Remitiéndonos a Panosso Netto, es importante destacar que el turismo conlleva las experiencias vividas por el turista y por todos los actores involucrados, de esta manera “cada ser vive e historiza de manera diferente su experiencia en turismo” (2008, p. 25). Este punto presenta una profunda relación con el Mundo de la Vida de Schütz, desde el simple hecho de que somos seres sociales experienciales, donde nuestra historia de vida orienta nuestras perspectivas e interpretaciones de la realidad vivida por nosotros y por otros semejantes.

Las variables mencionadas a lo largo de esta sección como las experiencias, los valores, las interpretaciones, el contexto histórico – espacial, la comunicación intersubjetiva, forman parte también de construcción y producción de conocimiento en turismo. Tribe (2006) analiza la existencia de un campo-fuerza del conocimiento (Knowledge Force Field) que influye directamente en la manera de interpretar comprender y explicar la realidad del fenómeno turístico a partir de la teorización. En otras palabras trata de explicar cómo determinadas fuerzas dan lugar a distintas maneras de construir conocimiento. Asimismo estos factores pueden llevar a legitimar algunas investigaciones por sobre otras, promoviendo o restringiendo algunos temas y determinando relaciones de poder y discursos sobre lo que es o debería ser el turismo. Este proceso puede ser esquematizado de la siguiente forma:



Figura 1 – El proceso de construcción de conocimiento

Fuente: Elaboración propia a partir de Tribe (2006)

El autor identifica cinco fuerzas interdependientes que influyen en la manera producir conocimiento turístico:

- o Sujeto
- o Reglas
- o Posición
- o Finalidades

Para Tribe (2006) el sujeto se encuentra implicado en la producción de conocimiento, en la medida, que a partir de su mirada orienta la investigación. Se encuentra relacionado con los puntos de autobiografía y autoconocimiento tratados anteriormente.

Las reglas consisten es aquellos acuerdos y convenciones que los investigadores adoptan para trabajar. Dentro de las mismas se incluyen las disciplinas, los paradigmas, las tradiciones, discursos y metodologías. En muchos casos el conocimiento estuvo sujeto a tendencias de estandarización de metodologías. En el caso del turismo, la investigación ha sido abordada desde distintas disciplinas, llevando a traspolar sus reglas y objetos de estudio.

A partir de este aspecto se pueden abordar nuevos modelos de producción del conocimiento, entendiendo que las reglas pueden construirse a través de paradigmas. Para Kuhn (1970) el paradigma representa “un logro científico consensualmente adoptado por una comunidad científica como guía sistemática para la realización de sus tareas” (KLIMOSVKY, 1994, p. 345). De esta manera los paradigmas establecen las reglas y terminan definiendo los límites de lo aceptable en el conocimiento así como en la práctica de investigación.

En el caso del turismo, los paradigmas no operan de la misma manera que en otras disciplinas debido a la inexistencia de una fuerte delimitación del objeto de estudio. Sin embargo, las tradiciones, entendidas como escuelas de pensamiento, constituyen un aspecto que podría ser adoptado por el turismo, ya que a diferencia de los paradigmas estas coexisten con otras tradiciones y corrientes.

Otro rasgo a destacar son los discursos. Se definen como un grupo de declaraciones sobre determinados temas, mediadas por el lenguaje. Cabe señalar que las formaciones discursivas incluyen, excluyen y legitiman determinados conocimientos. A modo de ejemplo en el turismo, el concepto de sustentabilidad,

ha sido concebido desde una visión técnica, asociada solamente a un único aspecto como el ambiental, sin la comprensión que constituye un fenómeno integral atravesado por múltiples dimensiones socioculturales, económicas e institucionales. Asimismo, este concepto ha tenido un debate a nivel mundial siendo abordado en función de los intereses de un grupo de actores y sesgado a una visión particular.

Continuando con los factores, la posición, hace alusión al espacio donde el científico se sitúa para desarrollar sus investigaciones. Es decir la universidad, el instituto, la comunidad científica a la que pertenece, el lenguaje utilizado, etc.

Por su lado, las finalidades constituyen los propósitos del conocimiento y las verdades que se persiguen encontrar. En la ciencia moderna el conocimiento tenía por finalidad responder a problemas y demandas asociadas al progreso, mientras que la Teoría Crítica busca generar una reflexión crítica que permita transformar la realidad.

Sobre este punto Habermas (1978) destaca que toda finalidad perseguida por el conocimiento se encuentra en función de tres tipos de intencionalidades:

- o El interés técnico: busca el control y la predicción.
- o El interés práctico: persigue el entendimiento y la comprensión.
- o El interés emancipatorio: busca la transformación.

Conforme a estos intereses, Tribe (2006) manifiesta que se estructuran distintos modelos al momento de abordar el conocimiento. Por ejemplo el positivismo se ha centrado en el interés técnico, mientras que la teoría crítica busca el interés práctico de reflexión.

En el caso del turismo, la mayor parte de las investigaciones han perseguido un interés técnico guiado por una visión economicista y de negocios, atendiendo a las necesidades de la demanda y los recursos, sin dar cuenta del turismo como fenómeno social.

Finalmente la ideología, como un conjunto de creencias explícitas que guían el pensamiento y la acción, debe ser tenida en cuenta al momento de analizar las diferentes perspectivas de estudios en turismo. En referencia a esto MacCannell manifiesta que “el turismo no es sólo un componente adicional de las actividades meramente comerciales, sino que también es un marco ideológico de la historia, la naturaleza y la tradición, un marco que tiene la capacidad de readaptar la cultura y la naturaleza a sus propias necesidades.” (2011, p. 11).

Lo dicho hasta aquí nos permite manifestar que la construcción de conocimiento en turismo, se encuentra influenciada por muchos factores como lo son los intereses, las interpretaciones, la situación espacio-temporal del investigador, los procesos sociales, las experiencias, y la posición académica del mismo.

LENGUAJE, DIÁLOGO Y COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE CONOCIMIENTO

Actualmente, la búsqueda de conocimiento en las Ciencias Sociales debe considerar no solo su relación con el Mundo de la Vida sino el desarrollo de una postura crítica, de reflexión y transformación

de la realidad. Así las comunidades científicas no deben limitarse “a la reflexión sobre los enunciados dados, métodos y aparatos conceptuales, sino que es crítica del objeto en su totalidad social, del de que dependen diversos momentos, sujetos, comunidades y ciencia organizada” (BUSTAMANTE et al., 2015, p. 41) En otras palabras, la crítica implícita dentro de lo social busca comprender la intersubjetividad, la comunicación e interpretación como conceptos fundamentales en su estructuración.

Siguiendo la idea de una realidad social y subjetiva, De Sousa Santos establece que “la lógica existencial de la ciencia posmoderna es promover la “situación comunicativa” tal como Habermas la concibe” (2009, p. 47). En este sentido cabe preguntar ¿Cómo contribuye la comunicación a la interpretación y estudio de la realidad? ¿Cuál es la relación entre la acción social, el mundo de la vida y la comunicación? ¿Qué papel juega la comunicación en la construcción del conocimiento?

Como se desarrolló en apartados anteriores la acción humana no se encuentra exenta de intereses, todas poseen, en alguna medida, un grado de intencionalidad; y estos intereses persiguen distintos fines que preceden al “Mundo de la Vida” (técnicos, prácticos y emancipadores) En este sentido, para poder analizar la acción humana y la realidad que nos rodea, se precisa de interpretación en clave de lenguaje y comunicación con otros. Respecto a esto, el pensamiento Habermasiano constituye un importante exponente en cuanto a la profundización y desarrollo de una teoría comunicativa comprensiva de lo social. En palabras de Vergara (2011), el autor “analiza las condiciones de la racionalidad de la acción social a partir de la interacción basada en el uso del lenguaje, apoyado en el principio de que la razón subyacente en la acción de los sujetos es una propiedad de las estructuras de comunicación, mas no de los individuos por si solos.” (p. 4).

Este enfoque une dos visiones: la pragmatista, tomando en cuenta los trabajos desarrollados por Hegel y Marx; y la crítica ampliando los preceptos elaborados por la primera Escuela de Frankfurt.

Uno de los ejes fundamentales de la teoría Habermasiana reside en el concepto de praxis. Si bien toma los aportes hechos por Marx, argumenta que el autor posee una mirada reduccionista respecto al concepto, sólo teniendo en cuenta al trabajo (técnico e instrumental) como tal. Por el contrario, Habermas lo lleva al plano de lo social con una fuerte impronta comunicativa definiéndolo como “la interacción social mediada por el lenguaje” (VERGARA, 2011, p. 10).

Para el desarrollo de su teoría vincula las nociones de “Mundo de la Vida” y “Sistemas” elaborados por otros autores como Schütz y Luhmann. Por un lado, el autor analiza la acción social a partir de tres aspectos que componen al “Mundo de la Vida”: la cultura, la sociedad y la personalidad de los individuos. Por el otro el concepto de “Sistemas” asociado al “Mundo de la Vida” radica en espacios comunicativos externos al sujeto.

Partiendo de este concepto de acción social, Habermas identifica cuatro tipos de acción, cada una vinculada a distintos criterios:

- o La acción estratégica: asociada a una finalidad instrumental e individual, no influenciada por otros.
- o La acción regulada por normas: es aquella que se realiza en función de valores compartidos y legitimados por un grupo de sujetos sociales.
- o La acción dramática: su manifestación es la subjetividad del individuo, y tiene por fin promover algo en el otro.
- o La acción comunicativa: es aquella acción que se materializa en la relación interpersonal entre dos o más sujetos. Se compone de dos elementos fundamentales: el habla y la acción.

Durante la modernidad la visión se centraba en la acción estratégica imposibilitando la interacción de sujetos, cosificando la realidad y centrándose en la razón instrumental. En este sentido, respecto a la acción comunicativa Habermas concibe la posibilidad de alcanzar una aprehensión de la realidad donde “la acción comunicativa esta mediada por símbolos y responde a la idea de reconocimiento compartido” (VERGARA, 2011, p.18).

En cuanto al campo científico, se busca intervenir el mundo a partir de la comunicación y el lenguaje, dando lugar a un juego comunicativo de consenso entre todos los miembros de la comunidad científica. Para lograr esa convergencia se hace necesario argumentar sobre las pretensiones de validez de la acción comunicativa, las cuales se definen por:

- o La veracidad: pretensión de que somos sinceros con lo que decimos. Asociada a la certidumbre
- o La verdad: pretensión de lo que decimos es verdadero. Hace referencia a la certeza
- o Rectitud normativa: pretensión que se ajusta a las normas éticas que guían las interacciones.

Estas pretensiones no se encuentran en función de una realidad objetiva que se le impone al sujeto, sino que forman parte del diálogo y negociación entre actores sobre las “definiciones e interpretaciones de ese mundo” con el fin de “alcanzar un entendimiento que les permita actuar coordinadamente” (NOGUERA, 1996, p. 144).

Noguera expone que en la medida que estas pretensiones son abiertamente cuestionadas “se hace necesario defenderlas y criticarlas con argumentos que busquen convencer a los demás” (1996, p.139) dando lugar de esta manera al discurso. En este momento la finalidad de acción comunicativa se rompe, no logrando el consenso.

En pocas palabras la teoría Habermasiana pretende utilizar el lenguaje y comunicación para alcanzar un conocimiento intersubjetivo y de esta manera orientar las acciones de los sujetos en el mundo social.

En lo que respecta al campo turístico, se considera que la teoría de la acción comunicativa constituye un aporte esencial para hacer frente al desarrollo y avance de un corpus teórico fragmentado por la falta de consenso y comunicación entre los investigadores. De igual manera, es de importancia, dentro de las pretensiones de validez, guiar las investigaciones y estudios del turismo hacia preceptos éticos y morales, siendo el turismo un fenómeno que genera impactos tanto en el territorio como en los sujetos que lo habitan. Así, el diálogo entre todos los actores es el factor clave, al momento de la construcción de un conocimiento responsable, crítico y transformador.

DESAFÍOS EPISTEMOLÓGICOS EN EL CAMPO TURÍSTICO

De acuerdo a lo analizado y desarrollado a lo largo del artículo, la cuestión central de la epistemología en turismo radica en romper con estructuras de corte cientificista y adentrarse a una (re)significación de su objeto de estudio desde una posición filosófico-reflexiva. Buscando así producir nuevos modelos cognitivos que den cuenta de qué es y cómo se materializa el fenómeno turístico desde su aspecto ontológico y dejando a un lado la explicación reduccionista que se produce bajo la mirada de otras disciplinas. Como expone Bertonecello (2006), el turismo no se puede estudiar desde lo que se espera o lo que debería ser, es decir desde una postura normativa, sino que se debe estudiar por el mismo “ser”.

El hecho de estudiar el fenómeno desde una base epistémica y filosófica surge ante la falta de consistencia, argumentación y profundización del estudio del turismo, siendo únicamente abordado a partir de las teorías tradicionales de otras disciplinas y dando lugar a un conocimiento desagregado y compartimentado.

En este sentido, la forma de abordar la investigación en turismo permitiría definir y delimitar el objeto estudio teniendo en cuenta su naturaleza compleja y trasdisciplinar. Dicha premisa es sustancial, ya que la diversidad de temáticas abordadas en los estudios en turismo no ha permitido un seguimiento sistematizado de la investigación así como un diálogo continuo y transformador. De esta manera, el carácter científico del mismo depende de generar espacios de diálogo, consenso y debate entre la comunidad científica desde enfoques críticos y reflexivos (NIEVES, 2008).

Cabe destacar que uno de los espacios para que dicho diálogo se produzca es por excelencia el ámbito de la Universidad. Como institución la misma tiene por objetivo desarrollar en sus alumnos una capacidad reflexiva y transformadora frente a los problemas que plantea el turismo en la actualidad. Es por eso que la inserción de los mismos en programas de investigación y proyectos sociales es de importancia al momento de promover un pensamiento crítico de lo social donde se retome la cuestión de los valores morales y éticos. Esto surge como contrapartida a los programas de enseñanza que responden solo a las necesidades técnicas e instrumentales del mercado turístico. En palabras de Tobar Bustamante et al “al formar a un recurso humano solamente bajo programas de operatividad, se inhibe la capacidad pensante y crítica que solo la investigación, la filosofía y la cuestión práctica reflexionada permiten” (2015, p. 39).

CONCLUSIONES

El presente artículo la necesidad de trasladar el estudio del campo turístico hacia un enfoque epistemológico no solo como respuesta a una falta de sistematización de las investigaciones, sino también como un factor de importancia al momento de promover y construir un conocimiento reflexivo, responsable y transformador de la realidad. Como destaca Castillo Nechar (2007) “el conocimiento no consiste sólo en explicar las teorías sino construir un pensamiento que señale nuevas formas de pensar y actuar en la realidad”.

En la antigüedad Platón, en su diálogo Teetetos, plantea que el conocimiento se encontraba en función de la creencia, la verdad y la prueba. Sin embargo, durante la historia de la epistemología y el pensamiento filosófico esta noción ha cambiado. Actualmente no se exige una prueba y verdad sino que se busca alcanzar el entendimiento a partir de nuestra relación con el mundo e interacción con otros sujetos.

De esta manera, el conocimiento científico es concebido a partir de la interpretación de la realidad, la comunicación, el lenguaje y el consenso en una comunidad de investigadores, desmitificando así un pensamiento acrítico y único.

Bajo estos preceptos, el abordaje científico del turismo se transforma, dando lugar al desarrollo de sus propias metodologías y a la indagación de su objeto de estudio a partir la co-implicación de “hechos, realidades, problemas y objetos” (JIMÉNEZ; NECHAR, 2016, p. 51).

Si bien queda mucho por profundizar, lo abordado en este artículo busca ser un pequeño aporte para el desarrollo de futuras investigaciones orientadas a la epistemología del turismo, que permitan reflexionar acerca de la materialización, práctica y corpus teórico del mismo.

Referencias

- ASCANIO, A. El objeto del turismo: ¿Una posible ciencia social de los viajes?, **Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural**, p. 633-641, v. 8, n. 4, out. 2010.
- BERTONCELLO, R. Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. **América Latina: cidade, campo e turismo**. Clacso – Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo; p. 317-335, out. 2006.
- BUSTAMANTE, L. E. T. et al. La visión crítica en el construir del conocimiento turístico. **Revista de Análisis Turístico**, p. 33-44, v. 19, out. 2015.
- CAMPODÓNICO, R. Y.; CHALAR, L. Turismo: una ciencia en construcción. VI SEMINARIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL – Saberes no turismo: Interfaces. **Anais...** Caxias do Sul, p. 1-15, out. 2010.
- CASTAÑEDA, A. E. A. et al. Las visiones antipositivistas de la construcción del conocimiento en turismo. **Turismo e Sociedade**, p. 508-230, v. 6, n. 3, out. 2013.
- CATON, K. Taking the moral turn in tourism studies. **Annals of Tourism Research**, p.1906-1928, v. 39, n. 4, out. 2012.
- COMPARATO, G. Y.; MOSCOSO, F. **Turismo y epistemología**: un ejercicio de construcción y desconstrucción. VI CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén, p. 1-21, out. 2014.
- JAFARI, J. El **turismo como disciplina científica**. Política y Sociedad, Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout. p. 39-56, v. 42, out. 2005.
- JIMÉNEZ, C. Y. N.; NECHAR, M. C. Actualidad de la Teoría Crítica en los estudios del turismo. **Turismo y Sociedad**, XX, p. 49-74. 2016.
- KLIMOVSKY, G. **Las Desventuras del Conocimiento Científico**. Una Introducción a la Epistemología. A-Z Editoria S.A. 3º Edición. Buenos Aires; Argentina. 1997.
- KORSTANJE, M. Turismus Systemae, Epistemología del viaje onírico. **International Journal of Safety and Security in Tourism**, p. 24-35, 4 out. 2013
- KUHN, T. S. **La estructura de las revoluciones científicas**. Fondo de Cultura Económica, México D.F. 1971.
- MACCANNELL, D. **Lugares de encuentro vacíos**. Barcelona: Melusina. 2007.
- MARDONES, J. M. **Filosofía de las ciencias humanas y sociales**. Materiales para la fundamentación científica. 2ª edición. Barcelona: Anthropos. 2003.
- MARTÍNEZ, A. P. Nueva visión integral para el conocimiento turístico. **Anuarios de estudios en turismo**. Investigación y extensión, p. 46-56, v. 12, n. 8, out. 2012.

NECHAR, M. C. La investigación y epistemología del turismo: aportes y retos. **Revista Hospitalidade**, p. 79-95, v. 4, n. 2, out. 2007.

NIEVES, S. G. **La cientificidad en el discurso académico del turismo en México**. Disertación en XIV Congreso AECIT, España, 2008.

NOGUERA, J. A. La teoría crítica: de Frankfurt a Habermas. Una traducción de la teoría de la acción comunicativa a la sociología. **Papers: Revista de Sociología**, p. 133-153, v. 50 out. 1996.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofía del Turismo Teoría y Epistemología**. Editorial Trillas. 2008.

ROMERO, Y. H.; GALINDO SOSA, R. V. El concepto de intersubjetividad en Alfred Schütz. **Espacios Públicos**, p. 228-240, v. 10, n. 20, out. 2007.

SALAS, A. R. El mundo de la vida y la fenomenología sociológica de Schutz: apuntes para una filosofía de la experiencia. **Revista de Filosofía**, p. 167-200, v. 15, out. 2006.

SANTOS, B. de S. **Una epistemología del sur: la reinención del conocimiento y la emancipación social**. Editorial Siglo XXI. 2009.

TRIBE, J. The truth about tourism. **Annals of Tourism Research**, p. 360-381, v. 33, n. 2, out. 2006.

_____. Critical tourism: rules and resistance. In: **The critical turn in tourism studies: innovative research methodologies**, 2007, p. 29-40.

VALENCIA, A. D. G. Introducción a la fenomenología de Edmund Husserl. **Revista de Ciencias Humanas**, v. 22, out. 2000.

VERGARA, L. G. Habermas y la teoría de la acción comunicativa. **Razón y palabra**, p. 35, v. 75, out. 2011.