



Vol. 9, Nº 21 (diciembre / dezembro 2016)

INFRUCTUOSO PRESTIGIO: actuales obsesiones y temores de los turismólogos

Maximiliano E Korstanje

Departamento de Ciencias Económicas

Universidad de Palermo, Argentina

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Maximiliano E Korstanje (2016): "Infructuoso prestigio: actuales obsesiones y temores de los turismólogos", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/turismologos.html>

Abstract

While tourism scholars struggled over decades to establish to situate tourism as a serious academic options, no less true is that social scientists still have developed a negative image of our colleagues. This in fact happens because for social imaginary leisure and tourism are naïve activities, or practices enrooted in an alienatory nature. Paradoxically, many of founding parents of sociology of tourism was embraced this belief, the advance of modernity, as well as tourism, will disorganize the social ties. In this essay review, we place the French Tradition under the critical lens of scrutiny revealing alternatives in tourism epistemology between tourism as a profit-oriented industry and as a mechanism of discipline.

Key Words: Tourism, Leisure, French Tradition, Alienation, Escapement.

Resumen

Mientras los eruditos del turismo han luchado durante décadas para establecer al turismo como una disciplina seria, no menos cierto es que han recibido una crítica exhaustiva por parte de los epistemólogos de otras disciplinas. El hecho sugiere que el imaginario social tilda al turismo de una actividad naive, y superficial que en razón de tal, queda sujeta a un proceso de alienación que le precede. Paradójicamente, los padres fundadores de la sociología del turismo han abrazado la creencia en que el avance de la globalización y la organización de la práctica turística encierran un carácter negativo para los lazos sociales. En esta revisión conceptual, repasamos críticamente el legado de la tradición francesa revelando no solo otras alternativas epistémicas para el turismo sino discutimos la necesidad de vencer a los paradigmas económico-céntricos vigentes en la disciplina.

Palabras claves: Turismo, Ocio, Tradición Francesa, Alienación, Escape.

Introducción

En forma reciente, el flamante presidente de IAST (International Academy for the study of Tourism- en español Academia Internacional para el Estudio del Turismo), Bob Mc Kercher publicaba una nota de tipo “newsletter” en la página oficial del instituto, lamentándose por las infructuosas veces que había intentado crear un registro en Wikipedia para su institución (Carta datada Noviembre de 2015). No solo Wikipedia rechazó enfáticamente debido a cierta falta de objetividad respecto al contenido, sino porque no reconocía al turismo como una actividad científica seria. Este hecho, reflejaba parte del sentimiento del imaginario colectivo, pero también para posición de otras disciplinas ya consolidadas en considerar al turismo como la “cenicienta” dentro de los campos de investigación aplicada. A pesar de sus logros, académicos, publicaciones y producciones, la academia de turismo continúa siendo una institución cuya influencia en la sociedad se encuentra de forma limitada, si se quiere con escasa o nula gravitación al quehacer cotidiano. El presente ensayo fue motivado por este gracioso evento pero por sobre todo, por una necesidad más profunda de discutir y comprender las limitaciones epistemológicas centrales de la investigación en turismo y hospitalidad.

En este aspecto, para el público en general y para muchos sociólogos el turismo es una actividad baladí, naive, superficial y poco profunda, en muchos casos asociada al hedonismo, y a la alienación que es propia de las grandes concentraciones urbanas. En muchos de mis trabajos y libros, he focalizado mi atención a tres autores que han voluntariamente o no, contribuido a este sentir general: Paul Virilio, Dean Maccannell & Marc Augé. Sus respectivos abordajes comprendían una mirada sesgada del turismo como acto de producción y de bautismo (ritual de pasaje), pero a la vez habían desarrollado una mirada negativa asociando al mismo estrictamente al consumo. Nos proponemos descubrir que parte de esta mirada peyorativa sobre el turismo proviene no solo de la sociología francesa, la cual sostenía que el mercado es un agente desorganizador de los lazos sociales, sino de una preocupación inherente a los efectos del capitalismo global.

La filosofía francesa, y luego la sociología, se ha formado acorde a un proyecto que ponderaba el “lazo social” por sobre otros valores culturales. La materialidad representaba una amenaza para los lazos por la introducción de la “anomía”. Desde este ángulo, el avance del mercado podía lograrse por la desambiguación de las normas sociales, y con ellas, el apego se dirige hacia formas insustanciales como el consumo y el dinero. Por este motivo, la idea de mercado adquiere una connotación totalmente negativa en Francia, a la vez que se sitúa como la piedra angular (conceptual y simbólica) en el mundo anglosajón. Nuestro objetivo no solo radica en discutir críticamente la posición de la filosofía francesa, respecto al mercado como único baluarte del capitalismo, sino que enfatizamos en las limitaciones conceptuales del estructuralismo para comprender al turismo, muchas de esas ideas prosperaron en el imaginario colectivo hasta nuestros días.

Discusión Inicial

Robert Elías (1986), sociólogo alemán de reputación internacional, no solo fue pionero en el estudio del ocio y su relación con el sistema económico, sino que ha experimentado una crítica sustancial por parte de sus colegas al concebir al ocio, como la base angular de la civilización moderna. Sus contemporáneos no comprendían como una actividad superficial como el ocio, podía ser tan importante para la sociología aplicada moderna. Hasta qué punto lo mismo podría suceder con el turismo queda como materia opinable, a no ser por el hecho que existe interesante evidencia recolectada por estudios en historia antigua que otras civilizaciones como asirios, babilonios, y romanos habían desarrollado instituciones muy similares a nuestras vacaciones

modernas. Las *Feriae* romanas no solo conferían 3 meses de licencia luego de un año de trabajo con fines recreacionales, sino que de esa forma revitalizaban la confianza entre el centro romano y las provincias periféricas. No menos extraño es el hecho que el término continúa vigente en idiomas como el portugués, o alemán donde la palabra vacaciones es *Ferien* o *Ferías*. Por otro lado, una incipiente pero no por eso menos importante corriente de estudiosos exploran el arquetipo del paraíso perdido como parte angular del turismo y la brusquedad de la novedad. El pasaje de un espacio de rutina a otro novedoso de descanso permitiría revitalizar las frustraciones diarias a la vez que se reafirman los valores centrales de la sociedad (Korstanje, 2010; 2011; Korstanje & Busby, 2010; Cardona, Azpicuelleta Criado, Sierra Cantallops, 2015; Cantallops & Cardona, 2015).

Antropológicamente hablando, el turismo debe ser comprendido como un ritual de pasaje cuya función original se orienta a corregir los clivajes y conflictos sucedidos durante la fase productiva, al punto en que, el turismo cumple un rol importante en la constitución de la confianza social (Korstanje 2010^a; 2010b; 2015^a; 2015b).

En resumidas cuentas, la sociología francesa ha puesto una serie de obstáculos importantes a los estudios en turismo, los cuales merecen ser discutidos en forma crítica. No solo por su forma peyorativa de comprender al turismo, sino en su naturaleza alienatoria, Dean Maccannell, Paul Virilio y Marc Augé sentaron las bases para una concepción cerrada del viaje turístico. No huelga decir, tiempo atrás, Jost Krippendorf había desarrollado un modelo conceptual para comprender a la actividad desde una perspectiva holística. Centrado en los avances freudianos sobre el principio del placer, Krippendorf argumentaba que escaparse de la rutina hacia nuevos horizontes representaba una tendencia psicológica básica, que muchas culturas han tenido en común a lo largo del tiempo. Las frustraciones, y deprivaciones asociadas, sufridas durante el tiempo de trabajo deben ser temporalmente reguladas, suspendidas e incluso invertidas, con el fin que el sujeto pueda reanudar su confianza en las reglas que rigen la sociedad. En perspectiva, el sistema productivo no puede funcionar sin esta válvula de escape que representa, entre otras muchas formas de ocio y entretenimiento, el turismo. Empero ello sugiere una pregunta por demás interesante, ¿Cómo explicamos según Krippendorf la tendencia a experimentar la novedad?, ¿Por qué a pesar de su importancia los científicos sociales trivializan al turismo?

El imaginario colectivo sostiene que no existe turismo sin movimiento, pero Krippendorf va más lejos y establece que la búsqueda de lo nuevo es el criterio que marca el hecho turístico de cualquier otro fenómeno. La búsqueda de la novedad se encuentra asociado al “entretenimiento”, el cual, como las vacaciones, debe ser considerado un “espacio sagrado”, donde los deseos individuales son maximizados hasta un punto que en ocasiones vulnera la regla vigente. Lejos de ser una actividad puramente productiva en lo económico, el turismo crea una “consciencia particular”, para que el sujeto reconfirme su necesidad de pertenecer a la sociedad. Cada forma de turismo, la cual es inherente a su época, tiene un sistema productivo que le precede, pero mucho más importante, obedece a una matriz cultural desde donde opera (Krippendorf, 1975; 1982; 1986; 1987a; 1987b; 1989; 1995; 1993).

En consonancia con Elías, Krippendorf reconoce que la movilidad por medio de la cual trabaja el turismo permite mantener a la sociedad unida. No obstante, esta no ha sido la visión predominante en los estudios sociológicos del turismo. Como bien advierte Nogues Pedregal (2009), es paradójico que una de las personalidades más representativas de la disciplina, Dean Maccannell, haya contribuido tanto en producir una imagen peyorativa y negativa de los turismólogos en habla inglesa. Maccannell, al igual que Virilio y Augé siente una gran atracción por la filosofía francesa, sobre todo por el estructuralismo. En la próxima sección, analizaremos las razones por las cuales

los franceses mantienen una visión derogatoria del fenómeno. En la lectura del presente ensayo veremos como la forma en la cual los académicos franceses consideran al turismo deviene de dos grandes ideas. La sociología no se interesa por temas que tienen que ver con la diversión, sino que estudia el concepto de norma social. Segundo, el mercado erosiona las bases de la confianza, condición necesaria para el funcionamiento de la sociedad. Con estas dos ideas en mente, no es nada extraño, que los estudios dentro del pensamiento francés no desarrollen una visión positiva del fenómeno.

La Tradición francesa en la sociología

Durante muchos siglos los pensadores se preguntaron sobre las variables principales o la razón que permitiera inferir el criterio objetivo por medio del cual la sociedad se mantenía trabajando en forma mancomunada. Si para los mecanicistas, el miedo ocupaba el rol central como condición por medio del cual el hombre reemplazaba una libertad natural por una nueva de tipo civil, para los contractualistas, todo sujeto apela al contrato para salir de su estado de naturaleza para abrazar el poder de la ley. En un sentido, uno de los que ha intentado responder a esta cuestión ha sido Emile Durkheim, padre de la sociología francesa moderna. Para Durkheim, toda sociedad debe ser estudiada por los hechos que ella produce, de forma orgánica e integral. Todos nuestros comportamientos se encuentran limitados y determinados por el rol que ejercemos en la sociedad. Lo individual no solo se subsume en lo colectivo, sino que ese sacrificio permite la construcción de una consciencia social, que precede y condiciona al sujeto. La norma, elemento central de esa consciencia, interpela al sujeto con el fin de que cumpla el rol que le fuese originalmente asignado. En uno de sus célebres textos, *La División del trabajo Social*, Durkheim advierte que la solidaridad depende de la circulación de confianza que se sustenta como infería su sobrino M Mauss, en el acto de dar y recibir. Las prestaciones y contraprestaciones producidas toman un canal que es simbólicamente construido por la norma, cuya única función es sostener la cohesión social. Cabe aquí una salvedad, si las sociedades industriales se centran en la solidaridad orgánica, la cual organiza la solidaridad en base a un contrato, las sociedades primitivas apelan al tótem como figura de autoridad. Las instituciones que son características del mundo industrial son impersonales, porque la solidaridad descansa en el poder del contrato. Por el contrario, las sociedades tribales tienen un estrecho trato por medio del cual la relación queda simbólicamente legitimada por el tótem (Durkheim 1951; 1988; 1974; 2014). Por otro lado, Durkheim es un convencido que Europa, en algún momento de su historia, tenía una organización hoy similar a los pueblos primitivos, y que en razón de tal había evolucionado hacia un estadio superior del industrialismo. Esta evolución había sido, indudablemente, responsable del pasaje de una solidaridad mecánica a una orgánica. Si, por un lado, los europeos habían desarrollado una superioridad respecto a la guerra, y el comercio, el aborigen mantenía lazos más auténticos con sus pares. Por ende, el avance de la industrialización no traería buenas noticias a los ojos de Durkheim. No solo para los franceses sino para los europeos en general, el concepto de *alienación* jugaba un rol importante en forjar en la fuerza productiva, es decir el obrero, una necesidad a consumir cosas que en la realidad no necesita. Siguiendo este argumento, las personas que viven en grandes centros urbanos son más proclives a la alienación que otros grupos. El impacto del pensamiento durkheimiano resonó en muchas sub-disciplinas y países como la Inglaterra de Marshall Sahlins (1972), quien elaboraría su modelo de la reciprocidad general, equilibrada y egoísta. Siguiendo a Mauss (2000) quien había evidenciado que toda persona da para recibir, para luego volver a dar, Sahlins convenía que la reciprocidad estipula dos lados, con intereses totalmente distintos. No solo, el sentido de la autoridad política, sino también la manera en que se lleva a cabo el comercio obedecen a canales preestablecidos donde se intercambian dones y contra-dones (Sahlins 1972, Weiner 2005).

Siguiendo este argumento, R. Sugden (2005) explica que la reciprocidad descansa en la necesidad de cooperar con el otro, pero este proceso no se lleva a cabo por un interés personal, o simplemente buscando maximizar el placer, como sugieren los psicólogos modernos; por el contrario, el origen del lazo social descansa en la necesidad de cumplir las normas prefijadas por la sociedad (achievements). Estas normas, a lo largo del tiempo, han demostrado ser las mejores soluciones para evitar esos obstáculos que pueden hacer fracasar al grupo. En consecuencia, ya fijadas de antemano, las normas constituyen arreglos instrumentales, nacidos de problemas ad-hoc, que otros antes que nosotros tuvieron que enfrentar. El centro de la solidaridad descansa, según Sugden, en la matriz de producción de la sociedad.

La Sociología Francesa y el Turismo

Llegado a este punto de análisis podemos, sin miedo al error, decir que Dean Maccannell ha sido no solo un pionero en vincular el estructuralismo con el mundo del turismo, sino varias corrientes académicas dispares y rivales como la dramaturgia, el marxismo y la sociología francesa. Particularmente, la tesis central de Maccannell se orienta a que el turismo es puramente un fenómeno moderno, y en razón de tal, producto de la globalización. Una de sus influencias reconocidas, E. Goffman, consideraba a la vida social como en dos espacios definidos. Un frente que es una puesta en escena (ficticio) donde se manejan los modales buscando maximizar los intereses, y otra parte de back-stage, donde (como en una obra de teatro) subyacen las emociones reales y profundas. Esta dicotomía de la dramaturgia goffmaniana que lleva a pensar la vida social como irreal, ha hecho mella en Maccannell y es parte importante de porque éste considera que el Turismo es una actividad que tiende a la superficialidad.

No obstante, al igual que Krippendorf, Maccannell reconoce que comprender al turismo se hace una tarea imperiosa para el sociólogo poder comprender los valores fundantes de la sociedad. Entonces, al igual que Durkheim, el antropólogo americano traza dos opuestos conceptuales. El mundo del aborigen y la sociedad industrial serían estos dos opuestos se desarrollan en esferas diferentes. Si los aborígenes confieren al Tótem el centro simbólico de la vida, los modernos hacen lo mismo con el turismo. Los avances de Marx en materia de alienación, le sirven a Maccannell para comprender que el proceso de producción abre las puertas para una serie de clivajes y frustraciones que son subsanadas por medio de la inversión de la norma que propone el turismo. Los obreros no solo legitiman la importancia del trabajo pago en la sociedad moderna industrial (cuando vacacionan) sino que reanudan su necesidad de pertenecer. Pero lejos de representar una actividad real, el consumo turístico queda sujeto a la fabricación de escenarios ficticios, que se monopolizan discursivamente por una elite. En contraste con Urry, quien sostenía que la búsqueda de novedad obedece a una construcción interna proyectada hacia afuera, Maccannell comenta que existe una super-estructura que fija las pautas de producción y escape, en la cual se forja una autenticidad fabricada, a la cual bautiza con el nombre de staged-authenticity. En el mundo aborigen, los hechos religiosos son sagrados, así en la sociedad secular, la sacralidad se asocia a lo que puede consumirse visualmente por medio de la *Staged-authenticity* (Maccannell 1973). En una segunda faceta, Maccannell asevera que si el turismo es el tótem en el mundo moderno, la alienación y la autenticidad fabricada serían piezas claves para evitar que la sociedad se fragmente (Maccannell 1976; 1984). En perspectiva, la búsqueda del otro se reduce a una mercantilización de ese otro que se desea consumir, y porque ello sucede, todo encuentro turístico se hace en un espacio culturalmente vacío (Maccannell, 2001; 2011; 2012).

En un argumento similar, Marc Auge y Paul Virilio discuten la naturaleza espuria del turismo, ficcionalizada en un mundo híper móvil desde donde la ideología se reproduce en la esfera del ocio. Al respecto dice Virilio, el movimiento se ha acelerado gracias a los avances técnico productivos de las últimas décadas, y ello ha producido un exceso de tiempo libre, exceso que es llenado por lo visual y el apego a lo mediático. Desde una pantalla, el mundo postmoderno nos disciplina de manera que nos dice que debemos y como debemos actuar. En este sentido, Virilio reconoce que

los límites entre el pasado y el presente se han desdibujado “hacia un espectáculo” de la realidad. Cuando viajamos realmente no lo hacemos desde nuestra imaginación, sino llegamos antes de partir. El mundo del futuro, adelanta Virilio, será un mundo donde el hombre viaje sin moverse (Virilio 1989; 1994; 1997).

En igual dirección se ubica el trabajo del etnólogo francés, Marc Auge. A diferencia de los dos autores anteriormente nombrados, Auge sostiene un corpus conceptual totalmente innovador, pero no por eso menos problemático, que permite comprender el impacto de la modernidad en la geografía. En forma general, Auge introduce el término no lugares para comprender los efectos de la modernidad en el espacio geográfico. En 1992, publica su libro *Non-lieux. Introduction a une antropología de la submodernité* donde esgrime la tesis que todo espacio se define en su concepto relacional del self con otros. La tradición, la norma y las relaciones sociales son los factores claves que determinan un lugar antropológico (Auge 1996). Por este motivo, su etnografía por el aeropuerto de París (al igual que Maccannell en Disneylandia) le permite comprender que existen espacios donde predomina el consumo, y el anonimato. Siguiendo su definición, estos espacios, la mayoría de ellos vinculados al turismo y la movilidad, son no-lugares. La historia no solo se diluye como el agua entre los dedos en esta clase de espacios, sino que Auge va por más y no duda en llamar al turismo, ese viaje imposible que nunca comienza (Auge 2001; 2008). La identidad de un sujeto solo es requerida por medio de controles burocráticos en los aeropuertos, como ser la aduana o migraciones. Ello sugiere que en los no lugares predominan valores donde la biografía del sujeto no es importante (Auge 1996; 2001). Si Auge considera que aquello que mueve a los turistas es un encuentro con la nada, entonces debemos asumir que el viaje no deviene de la imaginación como en aquellos relatos de siglos anteriores sino de una realidad ficticia. El viaje turístico no se caracteriza por un contacto genuino con el otro, sino que ese otro es una invención para legitimar el consumo turístico (Auge 1997; 1999; 1996; 2001; 2002; 2008).

En abordajes pasados, hemos criticado vehementemente el legado de la sociología francesa, y muy en particular la concepción de los no lugares por tres motivos centrales. El primero de ellos, es que no existe indicador claro respecto a cómo y cuándo un lugar antropológico se transforma en un “no lugar”. De hecho, Auge debe reconocer que lo que es un lugar para uno puede no serlo para otros. Hemos documentado como los aeropuertos son utilizados y simbolizados como icono de hitos deportivos, arribo de celebrities, lugar de trabajo, o simplemente un espacio de clivaje o conflicto laboral, sin contar los miles de expatriados que diariamente se reencuentran con sus seres queridos en estos supuestos espacios de anonimato. Esta multiplicidad de interpretaciones abre la puerta para que el no lugar sea indagado por la subjetividad (Korstanje, 2006). En segundo lugar, la mayoría de estos espacios (por lo menos en América latina) se encuentra ocupado por personas que han quedado relegados del sistema productivo. Si partimos del supuesto que una estación de trenes es un no lugar, entonces las personas que viven en ella son no-personas, dotados de no-derechos. Si bien esta no es la intención original de Auge, su argumento puede ser manipulado políticamente para imponer políticas represivas (Korstanje 2015d). En tercer lugar, Auge desconoce el poder “disciplinador” de los aeropuertos como ante-salas para el otorgamiento de la hospitalidad hacia el extranjero. El aeropuerto, revelan nuestras propias etnografías, es un espacio de tránsito donde se asientan los tres poderes más importantes del capitalismo global. Su función central no solo radica en escudriñar el movimiento, sino en disciplinar al extraño imponiéndole los valores centrales de la sociedad anfitriona. La seguridad a cargo de la policía aeroportuaria controla que el pasajero no sea un peligro para la sociedad, mientras que migraciones (emulando el valor de la movilidad) hace lo propio confrontando las normas con la identidad del extraño. Por último, la aduana se limita a regular el comercio y el tránsito de mercaderías. En consecuencia, el aeropuerto como lugar disciplinario emula los tres valores

centrales de la sociedad, como ser comercio (aduana), movilidad (migraciones), y seguridad (policía). No es extraño, observar como los grupos terroristas, en las últimas décadas, han escogido los aeropuertos para planear sus ataques. Los aeropuertos representan espacios de disciplina, en los cuales se refuerzan los valores que hacen al orden establecido, cualquier ataque en estos verdaderos centros ejemplares causa consternación, pánico e incertidumbre (Korstanje 2015e).

Al margen de la crítica, tanto Auge como Virilio y también Maccannell han sido, en mayor o menor medida, los exponentes que han tematizado sobre el turismo y cuyo impacto en la literatura es innegable. Empero, por haber estado influenciados por la sociología francesa, olvidan los hallazgos de David Riesman quien ha considerado que los viajes, los cuales son naturales de las estructuras imperiales, funcionan como válvulas que permiten conectar economías periféricas con economías centrales. Ello sucede porque existe una necesidad de comprender al otro, de contemplar que ese otro se cristaliza en una cultura específica. La curiosidad por lo diferente va de la mano con la expansión imperial (Riesman, 2001). Empero, la sociología francesa no es la única responsable, ya que huelga decir, el turismo ha crecido con una alta fragmentación acorde a lo producido que no le ha permitido crear una episteme común, pero para colmo de males, posee un cuerpo de colegiados (academia) que ha fallado en la elaboración de los programas metodológicos que la disciplina necesitaba (Korstanje, Mustellier & Herrera, 2016).

Futuras Orientaciones para la investigación

En un libro reciente, Donna Chambers y Tijana Rakic (2015) llaman la atención sobre la urgencia en la creación de una epistemología para la investigación aplicada al turismo que nos saque de la visión puramente econométrica y peyorativa del mismo. En lugar de destruir lo que ya se ha construido respecto de la motivación turística, agregan las especialistas, es importante promover y proponer nuevos temas de estudio. Obviamente, que a esta visión negativa aportada por la sociología francesa, se le suma como advierte John Tribe (2000; 2010) una academia que no dialoga ni fija agenda a sus redes sobre que investigar y de qué manera hacerlo. Una de las causas que han llevado a una gran fragmentación en la producción académica del turismo se debe a dos factores centrales. El rol de una Academia Internacional de Turismo que no ha monopolizado las bases de lo que se produce, y el desconocimiento de los turismólogos de lo que se produce en otras esferas. Por su parte, Korstanje sugiere que ello se debe a la naturaleza económico-céntrica de la gran mayoría de los estudios turísticos que en lugar de buscar una explicación comparable y verificable al hecho turístico, buscan proteger a los destinos turísticos, hacerlos más eficientes para ganar más dinero. El turismólogo actual busca legitimar ciertos programas y mejorar la funcionalidad de los destinos, estableciendo un diagnóstico sobre lo que “se debe hacer” para tal fin. Esta racionalidad instrumental ha alejado a los investigadores de una postura puramente científica (Korstanje 2015; Thirkettle & Korstanje 2013).

Por un lado, como bien observa G. Dann (2011) la academia de Turismo se ha formado tomando al inglés como lengua franca, hecho que no le ha dejado intercambiar material o ideas con otras lenguas. Por el otro, no menos cierto es que muchas voces que no dominan el inglés han quedado excluidos de los grandes centros académicos donde se discute la naturaleza del turismo. Por desgracia, la posición económico-céntrica ha prosperado apoyada en el marketing y el management pero se ha consolidado por la miopía y el etnocentrismo de gran parte de la Academia, que han sabido edificar un edificio en la cima de la colina. El concepto de la exclusividad y la ejemplaridad que han regido la vida intelectual de la academia en turismo ha representado un gran problema para fijar las bases epistemológicas conjuntas necesarias para la maduración de la disciplina. Si los seguidores de Jafari imaginaban que la cantidad de trabajos era

un criterio suficiente de maduración, obviamente se han equivocado. El Psicoanálisis se ha transformado en ciencia en apenas 15 años, demostrando que las bases epistemológicas y metodológicas son dos aspectos esenciales para la consolidación de una disciplina científica.

Conclusión

Aun cuando, el turismo adolece de credibilidad para ser considerado una disciplina científica seria, no menos cierto es que como ritual de pasaje, el turismo es una pieza clave del ethos social. Maccannell no se equivoca cuando afirma que el turismo es la continuación del tótem, pero traza sobre el primero un manto de sospecha, resultado de una visión peyorativa proveniente de la sociología francesa. Para muchos historiadores, en consonancia con Maccannell, el turismo es una suerte de viaje naïve, que anula el sentido antropológico de la exploración (Boorstin 2012), empero parte de esta apreciación consiste en la falta de interés por la historia antigua. Como se ha mencionado, los viajes recreacionales fueron patrimonio de asirios, Romanos, y babilonios, mucho antes que se instalara el Grand Tour en Inglaterra. Estos viajes se corresponden con estructuras imperiales que requieren de la expansión para regular su funcionamiento interno. Por tal motivo, el primer escollo conceptual de la visión francesa es asociar al turismo exclusivamente a lo económico y a la modernidad. Los historiadores del turismo jamás giraron su cabeza hacia el mundo antiguo, en parte porque no lo conocían o simplemente porque no dominaban las lenguas muertas. La historia del turismo ha centrado su atención en la Edad Media, la cual evidenciaba una gran fragmentación y un proceso económico de feudalización, producto de la caída del imperio Romano. En este contexto, como Durkheim, estos historiadores configuraron una evolución lineal bajo la fórmula, Edad Media-Grand-Tour-Turismo Moderno. Al hacerlo, este acto bautismal situó casi 1500 años en una suerte de fase pre-turística mientras que databa al industrialismo como la cuna del turismo. En segundo lugar, tanto Maccannell, como Virilio y Auge (partiendo de este supuesto) aludieron a las preocupaciones iniciales de la sociología francesa donde el mercado es sinónimo de corrupción, patología y anomia. Este ensayo ha intentado, lejos de atacar a ningún autor, reflejar lo más objetivamente posible las limitaciones de la posición francesa, y si se quiere su dogmatismo para comprender al turismo, dogmatismo que no ha permitido (en conjunción a otros problemas de la Academia) la maduración de la investigación turística a pesar de sus casi 40 años de historia. Los reconocidos y loables esfuerzos por los investigadores en turismo en construir una disciplina seria ha sido incuestionable, empero, por motivo de su indisciplina y la fragmentación que no ha podido cristalizarse en una epistemología clara que permita comprender que estudia el turismo, es que, no se ha podido consolidar como una opción real dentro de las disciplinas sociales. Cuando le preguntamos a un sociólogo que estudia, claramente responderá “las norma”, a un geógrafo, el “territorio”, un antropólogo hace lo mismo con la “cultura”, y finalmente el psicólogo, “la experiencia”. En diversas conferencias hice la misma pregunta a los turismólogos, sin poder tener un panorama claro de lo que se estudiaba. Seguramente, como ritual de pasaje, el turismólogos estudie la hospitalidad aun cuando no se ha configurado acorde a un corpus definido, intenta explicarlo todo, y al hacerlo no dice nada. Esta falta de foco en el lineamiento del objeto de estudio es la pieza angular no solo de la posterior fragmentación que indica Tribe, sino de la falta de legitimidad para con otras disciplinas. Los índices de alto impacto, y los puntos de cita de las revistas top no corrigen este problema, en parte lo agravan porque se sacrifica el ser del artículo por el aparecer en.

Referencias

- Augé, M. (1997). *L'impossible voyage: le tourisme et ses images*. Paris, Payot & Rivages.
- Augé, M. (1999). *An anthropology for contemporaneous worlds*. California, Stanford University Press.
- Augé, M. (1996). Paris and the Ethnography of the Contemporary World. *Parisian fields*, 175-81.
- Augé, M. (2001). No-lugares y espacio público- Non-places and public space. *Quaderns d'arquitectura i urbanisme*, (231), 6-15.
- Augé, M. (2002). *Diario de Guerra: el mundo después del 11 de Septiembre*. Barcelona, Gedisa.
- Augé, M. (2008). Non-Places: An Introduction to Supermodernity, trans. John Howe. *London, Verso*
- Boorstin, D. J. (2012). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York, Vintage.
- Cardona, J. R., Azpelicueta Criado, M. D. C., & Serra Cantallops, A. (2015). El mito del paraíso perdido en la definición del destino turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 715-735.
- Cantallops, A. S., & Cardona, J. R. (2015). Holiday destinations: The myth of the lost paradise?. *Annals of Tourism Research*, 55, 171-173.
- Chambers, D & Rakic, T (2015) *Tourism Research Frontiers: beyond the boundaries of Knowledge*. Bingley, Emerald.
- Dann, G. (2009). How international is the International Academy for the Study of Tourism?. *Tourism Analysis*, 14(1), 3-13.
- Dann, G. M. (2011). Anglophone hegemony in tourism studies today. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 1(1), 1-30.
- Debord, G. (1967). *The society of the spectacle*. New York, Zone books. .
- Durkheim, E. (1951). Suicide: A study in sociology. Translated by JA Spaulding and G. Simpson. London: Routledge, 8, 210.
- Durkheim, E. (1974). *Sociology and philosophy*. New York, Simon and Schuster.
- Durkheim, E. (1888). Suicide et natalité: étude de statistique morale. *Revue Philosophique de la France et de l'Étranger*, 26, 446-463.
- Durkheim, E. (2014). *The rules of sociological method: and selected texts on sociology and its method*. New York, Simon and Schuster.
- Elias, N., & Dunning, E. (1986). *Quest for excitement: Sport and leisure in the civilizing process* (Vol. 288). Oxford: Blackwell.
- Korstanje, M (2006). "El viaje: una crítica al concepto de no lugares". *Athenea Digital*, 10: 211-238.
- Korstanje, M. (2010a). La Isla y El Viaje Turístico—Una Interpretación del Filme de Michael Bay, Desde El Psicoanálisis y El Pensamiento Filosófico Moderno y Contemporáneo (The Island and the

Journey Tour—An Interpretation of Film Michael Bay, from Psychoanalysis and Philosophical Thought Modern and Contemporary)(in Spanish). *Anuario Turismo y Sociedad*, 11, 155-174.

Korstanje M E. (2010b). Supremacy of English in tourism research. *Anatolia*, 21(2), 383-387.

Korstanje, M. E. (2011). Mitología y turismo: La exégesis como interpretación hermenéutica. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(6), 1258-1280.

Korstanje, M. E. (2015a). Tourism Research Frontiers: Beyond the boundaries of knowledge: Donna Chambers, Tijana Rakić (ed.), *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, (6), 1491-1492.

Korstanje M. E. (2015b). A portrait of Jost Krippendorf. *Anatolia*, 26(1), 158-164.

Korstanje, M. (2015c). "Discussing the methodological inconsistencies of tourism research". Repository CERS. Centre for Ethnicity and Racism studies. University of Leeds. Working paper 24. Available at. http://cers.leeds.ac.uk/files/2013/05/Korstanje_CERS_3.pdf

Korstanje, M. E. (2015d). Philosophical problems in the theory of non-place: Marc Augé. *International Journal of Qualitative Research in Services*, 2(2), 85-98.

Korstanje, M. E. (2015e). Etnografía del aeropuerto: movilidad, turismo y estado de naturaleza. *Aposta: Revista de ciencias sociales*, (65), 4-32.

Korstanje, M., & Busby, G. (2010). Understanding the Bible as the roots of physical displacement: the origin of tourism. *E-Review of Tourism Research*, 8(3), 95-111.

Korstanje M, Mustellier, L & Herrera S (2016) "Understanding the indiscipline of Tourism: a radical critique to the current state of epistemology". In *Global Dynamics in Travels, Tourism and Hospitality*. Pappas N & Bregoli I. Hershey, IGI Global, 208-222

Krippendorf, J (1975). *Die Landschaftsfresser: Tourismus u. Erholungslandschaft*. Bern: Hallwag.

Krippendorf, J. (1982). Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors. *Tourism Management*, 3(3), 135-148.

Krippendorf, J. (1986). The new tourist—turning point for leisure and travel. *Tourism Management*, 7(2), 131-135.

Krippendorf, J. (1987). Ecological approach to tourism marketing. *Tourism Management*, 8(2), 174-176.

Krippendorf, J. (1987). *The Holiday-makers: Understanding the Impact of Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Krippendorf J. (1989). *Fur einen Anderen Tourismus: Probleme-Perspektiven*. Frankfurt Am Main, Fischer-Taschenbuch Verl.

Krippendorf, J. (1995). *Freizeit & Tourismus: eine Einfuhrung in Theorie und Politik*s. Bern, FIF.

Krippendorf, J. (1993). *Auf dem Weg nach Okotopia?* Wien: Picus.

- MacCannell, D. (1973). "Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings". *American journal of Sociology*, 79, 3, 589-603.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.
- MacCannell, D. (1984). "Reconstructed ethnicity tourism and cultural identity in third world communities". *Annals of tourism research*, 11(3), 375-391.
- MacCannell, D. (2001). "Tourist agency". *Tourist studies*, 1(1), 23-37.
- MacCannell, D. (2011). *The ethics of sightseeing*. Berkeley: University of California Press.
- MacCannell, D. (2012). "On the ethical stake in tourism research". *Tourism Geographies*, 14, 1, 183-194.
- Mauss, M. (2000). *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. New York, WW Norton & Company
- Pedregal, A. M. N. (2009). Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 7(1), 43-56.
- Riesman, D. (2001). *The lonely crowd. A study of the changing American character*. Ithaca, NY: Yale University Press
- Sahlins, M. (1972) *Stone Age Economics*. London, Routledge.
- Sugden, R (2005) *The Economics of Rights, Cooperation and Welfare*. Hampshire, Palgrave Macmillan
- Thirkettle, A., & Korstanje, M. E. (2013). Creating a new epistemology for tourism and hospitality disciplines. *International Journal of Qualitative Research in Services*, 1(1), 13-34.
- Tribe, J. (2000). Indisciplined and unsubstantiated. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 809-813.
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33.
- Urry, J. (1992). The Tourist Gaze"" Revisited. *The American Behavioral Scientist*, 36(2), 172.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. London, Sage.
- Virilio, P. (1989). *War and cinema: The logistics of perception*. London, Verso.
- Virilio, P. (1994). *The vision machine*. Indianapolis, Indiana University Press.
- Virilio, P. (1997). *Open sky* (Vol. 35). London, Verso.
- Weiner, A. (1992). *Inalienable possessions: the paradox of Keeling-while-giving*. Berkeley, University of California Press.