DERRIBANDO DOS MITOS SOBRE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO

RICOTTI, DANIEL SANTIAGO; FLAMINI, JULIA

Licenciatura en Turismo - Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Económicas y Estadística (FCEyE), Universidad Nacional de Rosario (UNR)

daniel.ricotti@fcecon.unr.edu.ar ; julia.flamini@fcecon.unr.edu.ar

Resumen

El turismo es una disciplina de origen espontáneo y de estudio reciente en el ámbito académico. Históricamente, la producción de conocimiento se ha enfocado en su dimensión económica, relegando los aspectos sociales, culturales y ambientales, lo que ha impedido una visión integrada del mismo. El presente trabajo problematiza la naturaleza epistemológica y económica del turismo a partir de dos interrogantes recurrentes, e inherentes: ¿es el turismo una ciencia? y ¿existe una industria turística?

Para dar respuesta a tales interrogantes, la investigación adopta un diseño cualitativo, basado en una revisión bibliográfica que abarca desde autores fundacionales del pensamiento turístico, hasta producciones contemporáneas y de otras disciplinas que permiten actualizar y enriquecer el debate.

El análisis realizado propone pensar al turismo como una ciencia en potencia, cuyo desarrollo medular depende de su integración en las ciencias sociales. Esta transición, requiere además, el planteamiento de una metodología de investigación propia y la constitución de un lenguaje técnico común.

Por otra parte, se rebate el concepto de “industria”, categorizando al turismo estrictamente como un servicio del sector terciario, dada su naturaleza intangible, perecedera y de consumo simultáneo.

Palabras clave: turismo - ciencia - industria

Abstract

Tourism is a discipline of spontaneous origin and recent study within the academic sphere. Historically, knowledge production has focused on its economic dimension, relegating social, cultural, and environmental aspects, which has hindered an integrated vision of the phenomenon. This paper problematizes the epistemological and economic nature of tourism based on two recurring and inherent questions: is tourism a science? and does a tourism industry exist?

To address these questions, the research adopts a qualitative design based on a literature review that spans from the foundational authors of tourism thought to contemporary productions and

other disciplines that allow for an updated and enriched debate.

The analysis suggests that tourism is a potential science whose advancement hinges on its integration into the social sciences. This transition requires the development of dedicated research methodologies and a standardized technical vocabulary.

On the other hand, the concept of "industry" is refuted, categorizing tourism strictly as a service within the tertiary sector, given its intangible, perishable, and simultaneous consumption nature.

Key words: tourism - science - industry

1. Introducción

El turismo es una disciplina de origen espontáneo, estrechamente ligado a las necesidades humanas de desplazamiento. En la actualidad, suele considerarse como fecha fundacional el primer viaje masivo organizado por Thomas Cook en 1841, teniendo menos de 200 años de desarrollo. A lo largo de su evolución, atravesó diferentes etapas acorde a los cambios económicos, sociales y culturales de la época.

Ahora bien, en el mundo académico, el turismo es por primera vez estudiado en la Universidad de Roma a partir de 1925, cumpliendo recientemente cien años; mientras que en Argentina el primer antecedente se encuentra en la Universidad Nacional de Comahue en 1965[8]. En comparación con otras disciplinas tradicionales como la medicina, economía o el derecho, se puede afirmar que cuenta con pocos años de desarrollo en el campo académico y aún menos en el marco de la producción de conocimiento científico. Prueba de ello es que en 2009 solamente 21 Universidades Nacionales habían desarrollado proyectos de investigación en Turismo (Wallingre, 2011).

Cuando hablan de Epistemología turística, autores como Jafari (AÑO) y Comparato (AÑO) advierten que se trata de un campo teórico transdisciplinar e interdisciplinar, con un objeto de estudio heterogéneo. De esto se desprende un interrogante fundamental: ¿posee el turismo el estatuto de ciencia?

A su vez, la literatura disponible sobre turismo se centra en su dimensión económica utilizando habitualmente el concepto de “industria”, rápidamente incorporado al lenguaje coloquial de los consumidores. Sin embargo, teniendo en cuenta al turismo en su complejidad, cabe preguntarse ¿es el turismo una industria?

2. Objetivo

Problematizar la categorización del turismo como ciencia y como industria, asumida por ciertos actores de la comunidad turística.

[8] En 1965 se crea la Escuela Superior de Turismo que luego dará lugar a la Facultad de Turismo y su Licenciatura.

2.1. Encuadre metodológico

El presente trabajo se basa en una revisión bibliográfica destinada a la construcción del estado del arte respecto a la naturaleza del fenómeno turístico, desde la perspectiva epistemológica (problematizando si se trata de una ciencia) y en clave económica (problematizando su pertenencia a una u otra categoría de la clasificación de actividades productivas propuesta por Clark en 1971).

Para la selección de bibliografía se tuvieron en cuenta textos publicados en revistas científicas, libros académicos y congresos especializados de autores fundacionales del pensamiento turístico, así como también producciones contemporáneas y de otras disciplinas que permitan actualizar y enriquecer el debate.

3. Estado del arte

La epistemología es una rama de la filosofía que estudia la producción de conocimiento. Según Bunge (1985) "Su objeto es el estudio crítico de los principios, hipótesis y resultados de las diversas ciencias, con el fin de determinar su valor y alcance" (p. 17). Así, se encarga de problematizar acerca de la naturaleza del conocimiento, sus fuentes (la confiabilidad de las mismas) y la autenticidad de las afirmaciones que se producen dentro de determinado campo del saber. Además, se ocupa de la delimitación de conceptos y reflexiona sobre los alcances de cada disciplina.

Ahora bien, al abordar el concepto de ciencia se hace referencia a un tipo de conocimiento racional que se contrapone al dogmático[9], al mágico o al sentido común (Ander-Egg, 2006; Tamayo y Sáez, 2003). Se trata de un saber sistemático pues debe seguir una metodología, y a su vez debe ser verificable y por lo tanto falible (es decir, susceptible de ser abierto a correcciones, observaciones y mejoras). Además, busca ser exacto en términos conceptuales y empíricos y pretende ser objetivo. Al respecto de esto último, es necesario señalar que la objetividad plena es imposible, ya que el investigador siempre estará condicionado por sus saberes, pensamientos y experiencias previas.

Algunos autores sostienen que el discurso científico se ha consolidado como la forma de conocimiento más valorada o prestigiosa (Cappeletti, 2016). Sin embargo, las redes sociales y el aumento progresivo de la conectividad, contribuyeron a que no se trate de la más difundida.

En este punto es pertinente realizar una breve digresión para hablar sobre el vínculo que tiene la ciencia con la técnica. La primera busca construir teorías, es decir, un cuerpo de conocimientos que sistematiza las prácticas, encontrar los puntos en común y establecer leyes de funcionamiento de acuerdo con lo observado. Dicho de otro modo, persigue la creación del saber o de nuevos conocimientos que, aplicados a la práctica, enriquecen la técnica. Esta última, no busca comprender ni explicar los fundamentos de los fenómenos, sino brindar una solución a los problemas identificados en una situación de la realidad. Al respecto, Cappelletti (2016) señala:

> En cuanto a la ciencia, su ámbito propio se hallará en el discurso teórico y en la búsqueda

[9] Dogmático RAE: Inflexible, que mantiene sus opiniones como verdades inconcusas.

de conocimientos objetivos y verdaderos o verosímiles. La técnica, en cambio, podría ubicarse en el campo de la práctica y su objetivo sería el de conseguir aplicaciones útiles. (p. 24)

3.1. Epistemología del turismo.

Ascanio (2010), señala que se dieron varios intentos de producción y discusión académica durante los primeros años del siglo pasado, que fueron progresivamente abandonadas en orden de priorizar los desarrollos relacionados a las aplicaciones prácticas del turismo, es decir su técnica. Particularmente, en los años 50, su cercanía con la economía y la administración monopolizaron la producción sobre turismo, desplazando nuevamente el eje de la reflexión teórica.

Los desarrollos del siglo XX tienden a percibir al turismo en sólo una de sus dimensiones, dejando de lado el resto de sus componentes. Cabe retomar por un momento la definición más reciente y aceptada en el seno de la comunidad disciplinar, propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2008: "El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios."

Se observa que desde su concepción se trata de un objeto de estudio complejo y que se ha estudiado de forma separada. Al respecto, Comparato (2019) sugiere que "esta heterogeneidad hace del objeto de estudio un fenómeno multidimensional, altamente complejo en términos de su abordaje y, lógicamente, incapaz de ser entendido solamente en función de una de sus dimensiones" (p. 2).

Cabe señalar, que al tratarse de una práctica humana, que ha surgido de manera espontánea y ganado relevancia a lo largo del tiempo, su producción teórica no surge de manera sistemática, sino difusa. En esta etapa, la literatura disponible logra sólo describir fenómenos turísticos, pero para poder pensar en términos científicos debería ser capaz de construir un marco teórico que permita explicar y predecir su comportamiento (Muñoz de Escalona, 2017).

Esto lleva a que las producciones no sigan una línea conceptual única, por lo que el mismo término puede significar diferentes cosas. Por ejemplo, Boullón (2006) señala que cuando se utiliza el concepto "destino turístico", este puede ser una playa, un país o incluso un crucero. El autor considera que:

> *Para que el sector turismo logre un progreso efectivo en el campo conceptual necesita consolidar un lenguaje de aceptación universal. Porque es a través de él que el hombre perfecciona su capacidad de expresarse y de esta manera configura conceptos más firmes cargando a las palabras de un significado preciso. (p. 14)*

Ahora bien, para comprender en profundidad la evolución epistemológica del turismo, el antropólogo Jafar Jafari (1990) estructuró el análisis de su trayecto a través de su modelo de las Plataformas Evolutivas del Pensamiento Turístico. Éstas describen cómo la disciplina partió desde una visión puramente instrumental y técnico-operativa, centrada en el rendimiento económico, en

busca de consolidar un discurso propio y con proyección científica.

Cada plataforma, refiere a una etapa que atravesó la producción de conocimiento turístico que en su conjunto son un reflejo de su maduración intelectual:

- Plataforma Apologética (décadas de 1950 y 1960): Caracterizada por un enfoque precientífico y pragmático. El turismo se concebía bajo un sesgo estrictamente positivo[10], entendiéndose como una actividad técnica capaz de dinamizar economías de posguerra, generar divisas y fomentar el empleo, soslayando cualquier tipo de externalidad negativa.
- Plataforma Precautoria (década de 1970): Surge como una reacción crítica ante los impactos socioculturales y ambientales del turismo de masas. Esta postura problematiza los efectos perjudiciales del sector, argumentando que la falta de planificación destruía los propios recursos que sustentaban la actividad.
- Plataforma Adaptativa (década de 1980): En lugar de limitarse a la crítica, la disciplina comenzó a desarrollar alternativas prácticas al turismo masivo, impulsando modalidades a menor escala como el ecoturismo y el turismo comunitario, sentando las bases operativas de la sustentabilidad.
- Plataforma Científico-céntrica o Basada en el Conocimiento (década de 1990): Representa el quiebre epistemológico definitivo. Jafari sostiene que las plataformas previas adolecían de sesgos ideológicos (optimistas, pesimistas o idealistas). Esta cuarta plataforma defiende el estudio del turismo desde una matriz holística, objetiva y sistémica, posicionando a la investigación rigurosa por encima de los intereses comerciales.
- Plataforma de Interés Público (Siglo XXI): Incorporada para responder a la complejidad geopolítica y global contemporánea. Defiende que el turismo debe ser examinado no sólo como un indicador macroeconómico, sino como un factor determinante en el bienestar y la resiliencia de las comunidades receptoras.

3.2. El turismo ¿es una ciencia?

En función de la revisión bibliográfica realizada, se han identificado una serie de obstáculos que dificultan la consolidación de turismo como una disciplina científica con estatuto propio:

- Transversalidad y complejidad del objeto. Como señalan, Campodónico y Chalar “la transversalidad del objeto de estudio del turismo lo que ha dificultado la construcción de marcos conceptuales o epistémicos”.
- Predominio del enfoque económico. Gran parte de la producción académica existente trabaja sobre análisis de casos en un escenario micro, sin retomar posturas teóricas concretas (Soto, Canalejo y López Guzmán, 2011) ya que los incentivos a la investigación en el área suelen estar apuntados al análisis económico, dejando de lado la dimensión social y cultural del Turismo.

[10] Hace referencia a la epistemología positivista, que sostiene que el único conocimiento válido es el conocimiento científico, originado a partir de la experiencia sensorial y el método empírico.

- Debilidad en la fundamentación teórica. Los métodos de investigación en turismo en la actualidad son variados y están lejos de seguir una línea metodológica (Goeldenr y Ritchie, 2012).
- Metodologías heterogéneas. Existe una indefinición conceptual predominante, fragmentación del conocimiento producido, estudios sin continuidad en el desarrollo (faltas de historicidad), preconceptos de investigadores de otros campos, debilidad en la fundamentación teórica (Panosso Neto, Noguera y Jager, 2011).
- Falta de un lenguaje técnico común. No existe un codigario, lenguaje técnico, un vocabulario específico compartido y reconocido como tal unificado dentro del sector.
- Juventud académica. A nivel universitario se estima que los primeros estudios institucionalizados de turismo son relativamente recientes, si tomamos como referencia la Universidad de Roma donde en 1925 Angelo Mariotti impulsó su incorporación (Wallingre, 2011).

En suma, la multiplicidad de enfoques y la falta de lenguaje común impiden que el turismo consolide un estatuto científico propio. Sin embargo, Boullón (2006, p. 20) señala un camino posible para el desarrollo de una ciencia del turismo:

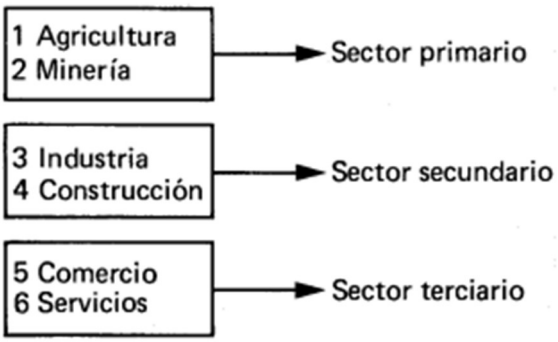
> "para ubicar el turismo y desentrañar su naturaleza tal vez lo más adecuado sería: primero, clasificar el turismo como un saber natural de las cosas, porque en ese nivel se encuentran las interpretaciones, deducciones y procedimientos más utilizados en su operación y explicación, y segundo, admitir que su progreso medular sólo será posible a través de las ciencias sociales, por lo que debería ser estudiado como un capítulo de estas y no como un conocimiento autónomo".

3.3. El turismo ¿es una industria?

Teniendo en cuenta la tendencia de los estudios turísticos a enfocarse en lo económico desde lo disciplinar, algunos autores (principalmente los integrantes de la Escuela de Berna) suelen referirse al mismo como una industria (Jafari, 2005; Hunziker y Krapf 1942). De la misma manera, las publicaciones no científicas y los usos y costumbres suelen hacerlo, pero ¿es correcto considerar al turismo una industria?

Para analizarlo, nos remitiremos al gráfico publicado en Boullón (2006):

Figura 1. *Clasificación de las actividades productivas*



Nota. El gráfico representa la organización de la actividad productiva propuesta por Clark (1971) en su libro *Las condiciones del progreso económico*.

En el sector secundario encontramos la industria, que cumple la función de transformar las materias primas extraídas por el sector primario y convertirlas en productos para ser distribuidas en los comercios del sector terciario.

Es importante tener en cuenta que un producto se define como "todo aquello que puede ofrecerse en un mercado y que es capaz de satisfacer un deseo o una necesidad" (Arellano, 2016, p.5). Al mismo se le atribuyen una serie de características tangibles (tamaño, forma, color) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio).

Ahora bien, ¿resulta pertinente afirmar que el turismo ofrece un producto? Las prestaciones turísticas son intangibles (a diferencia de por ejemplo un auto, no pueden tocarse o probarse antes de ser comprado), se consumen en el momento en que son prestados y por lo tanto, no son almacenables sino perecederos. Asimismo, si bien en muchas de las prestaciones turísticas se utilizan y transforman materias primas extraídas por el sector primario, como sucede en los restaurantes, el valor agregado reside en la prestación del servicio y no exclusivamente en la transferencia del bien tangible. Todas estas son características de los servicios (sector terciario). Al respecto, Fuentes Moreno establece que el turismo se caracteriza en la práctica por ser "una actividad de servicios personales, motivados por conocer territorios distintos a los de nuestro lugar habitual de vida" (2016, p. 106).

3.4. ¿Qué tipo de servicio es el turismo?

Para comprender más precisamente qué tipo de servicio constituye el turismo, no debemos perder de vista que se trata de un servicio y que, como tal, cumple con ciertas características generales de las actividades del sector terciario de la economía. Si nos remitimos a la literatura sobre marketing de servicios (Kotler y Armstrong, 2007; del Alcázar Martínez, 2002; Altés Machín, 2001), veremos que las prestaciones del sector, se diferencian de los bienes físicos tangibles por cuatro rasgos fundamentales:

1. Intangibilidad: los servicios turísticos no pueden verse, probarse ni manipularse antes de ser adquiridos. Por lo tanto, el pasajero no compra un objeto material, ni obtiene la propiedad sobre una estructura (por ejemplo, una habitación de hotel) sino que adquiere el derecho de uso y la expectativa de una experiencia en determinado espacio y tiempo futuro.
2. Inseparabilidad de la prestación o simultaneidad: la "producción" y el consumo del servicio ocurren en el mismo momento, requiriendo la interacción directa y activa entre el prestador, el cliente y el entorno físico de la prestación. Por este motivo, es la demanda (el pasajero) la que debe desplazarse hacia el lugar de prestación (el destino turístico).
3. Caducidad: los servicios no pueden almacenarse ni guardarse para comercializarse luego. Un pasaje de avión o una habitación de hotel no vendida para determinada fecha, representa una capacidad perdida de forma irreversible.
4. Heterogeneidad: en la prestación de un servicio turístico intervienen de forma heterogénea recursos y atractivos (naturales, culturales, históricos), equipamientos e infraestructuras, medios de acceso -entre otros elementos-, cuyas interacciones son cambiantes. Asimismo, en su articulación participan de forma interdependiente tanto el sector público como el sector privado (Altés Machín, 2001; Lanqar, 2001). Por tal motivo, es muy difícil estandarizar su prestación y por lo tanto su planificación, presupuestación, etc.

4. Conclusiones

La presente revisión permite identificar que el turismo es una disciplina de estudio reciente en las instituciones académicas, cuyo conocimiento suele estar ligado a su dimensión económica, la producción de información para la toma de decisiones empresariales y a la solución de problemas en la práctica turística.

En la actualidad, el turismo enfrenta una serie de obstáculos que le impiden cumplir con los requerimientos de cientificidad establecidos, pero algunos autores sostienen que existe la posibilidad de una ciencia turística a futuro (Boullón 2006, Muñoz de Escalona 2017).

De la misma manera, el turismo no cumple con las características de las actividades productivas que integran el sector secundario (transformación de materia prima, dependencia energética, procesos de manufactura), por lo que no es una industria. Por su naturaleza intangible, perecedera, de consumo simultáneo a la prestación y altamente sostenido por la interacción humana, es posible afirmar que se trata de un servicio y se encuentra dentro del sector terciario en la clasificación de actividades productivas propuesta por Clark en 1971.

6. Referencias bibliográficas

ALTÉS MACHÍN, C. (1995) Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Síntesis. Madrid.

ANDER-EGG, E. (2006). *Teoría y práctica de la investigación social*. Trillas.

ARELLANO, C. (2016). Producto. [Universidad Autónoma del Estado de México]. https://core.ac.uk/download/pdf/80531783.pdf

ASCANIO, A. (2010). El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, *8*(4), 633–641. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.054

BOULLÓN, R. (2006). Planificación del Espacio Turístico. México. 4o ed. Ed. Trillas.

BOULLÓN, R. (1990). Definición de términos, Tercer curso interamericano de planificación del desarrollo turístico, planificación física, OEA/CICATUR, México.

BOULLÓN, R. (1990). Las actividades turísticas y recreacionales. Editorial Trillas, México.

BUNGE, M. (1985). *La investigación científica: su estrategia y su filosofía*. Siglo XXI Editores.

CAMPODÓNICO, R., & CHALAR, L. (2011). Hacia la construcción del conocimiento en turismo. Estudios y perspectivas en turismo, 20(6) Recuperado en 11 de febrero de 2026, de https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000600005&lng=es&tlng=es.

CAPPELLETTI, A. (2016). Breve historia del alma-psykhé y de las formas de su conocimiento. Laborde Libros Editor, Rosario.

CAÑADA, E. & MURRAY, I. (2021). Investigaciones desde los estudios críticos en América Latina que revelan las dinámicas de poder y exclusión asociadas a la “industria turística”.

CLARK, C. (1971). Las condiciones del progreso económico. Alianza universidad, Madrid, España.

COMPARATO, J. G. (2019). Epistemología del turismo: entre luces y sombras. Caderno Virtual de Turismo, vol. 19, núm. 1. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

DE AZEVEDO SAMPAIO, E. A. (2022). La cientificidad en los estudios turísticos. Teorías, dicotomías y el desafío de la consolidación epistemológica. PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural, 20(3). Recuperado a partir de https://ojsull.webs.ull.es/ojs/index.php/Revista/article/view/3409

DEL ÁLCAZAR MARTÍNEZ, B. (2002) Los canales de distribución en el sector turístico. ESI.

FRANCESCH, A. (2004–2005). Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta. Universidad de Granada. Aportes sobre la fragmentación y complejidad del fenómeno turístico. Universidad de Granada.

FUENTES MORENO, A. (2016). Aproximación teórica del objeto de estudio del turismo. Siembra, vol. 3, núm. 1, pp. 105-110, 2016. Universidad Central del Ecuador.

GOELDNER, C. R. y RITCHIE, J. B. (2012). Turismo: principios, prácticas y filosofías. John Wiley & Sons.

HUNZIKER, W., & KRAPF, K. (1942). Compendio general de turismo. Jiménez, Luis (1990), Teoría turística, Bogotá: Universidad del Externado de Co lom bia.

JAFARI, J. & RITCHIE, J. R. B. (1981). "Toward a framework for tourism education problems and prospects". Annals of Tourism Research, vol. 8, n. 1, pp. 13-34)

JAFARI, J. (1994) La cientifización del turismo. (Estudios y perspectivas en turismo, 3(1), 7–36) Pasos, Redalyc.org.

JAFARI, J. (2005) El turismo como disciplina científica. Política Y Sociedad, 42(1), 39–56.

KOTLER, P., y ARMSTRONG, G. (2007) Marketing, version para Latinoamérica. (11a ed.). Pearson Educación. México.

LANQAR, R. (2001) Marketing turístico: de lo global a lo local. Ariel. Barcelona.

MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2017). ¿Es el conocimiento del turismo una ciencia? Y si no lo es, ¿puede serlo? Turismo y sociedad, vol. 20, pp. 27-48, 2017.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2008). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Organización de las Naciones Unidas. https://www.untourism.int/es/estadisticas-turismo/normas-onu-para-medir-turismo

PANOSSO NETO, A. P.; NOGUERO; F. T. y JÄGER, M. (2011). Por una visión crítica en los estudios turísticos. *Revista Turismo en Análisis*, 22(3), 539-560. Disponible en: https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14262. Recuperado el 10 de mayo de 2021.

SOTO, M. O.; CANALEJO, A. M. C. & LÓPEZ-GUZMÁN, T. (2011). Turismo y desarrollo socioeconómico: Un análisis de la isla de Santiago (Cabo Verde). En *Turismo y desarrollo económico: IV Jornadas de Investigación en Turismo* (pp. 519-535). Disponible en: https://idus.us.es/handle/11441/53094. Recuperado el 15 de junio de 2021.

TAMAYO, M., & SÁEZ, J. (2003). *Metodología de la investigación educativa*. Limusa.

TRIBE, J. (1997) *The indiscipline of tourism. Annals of Tourism Research*, 24(3), 638–657.

WALLINGRE, N. (2011). *Avances en la construcción del conocimiento del turismo. Pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral.* Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 20, núm. 1, 2011, pp. 149-170 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina.