

La conceptualización turística: reflexión desde las perspectivas económica, social y cultural

Tourism conceptualization: reflection from economic, social and cultural perspectives

Giovana Carolina Cárdenas Mora



Cómo citar: Cárdenas, G. (2023). La conceptualización turística: reflexión desde las perspectivas económica, social y cultural. *Negonotas Docentes*, 21, 20-28
DOI: 10.52143/2346-1357.891



Recibido: 27 - 11 - 2023 / Aceptado: 15 - 06 - 2023 / Publicado: 30 - 06 - 2023

Resumen

Este artículo tiene el fin de reflexionar sobre la conceptualización del turismo desde tres perspectivas de análisis: económica, social y cultural. Este análisis se aborda desde un estudio sistémico de las teorías orientadas con las perspectivas de autores, corrientes y documentos sobre el concepto de turismo. En este sentido, el turismo se aborda desde diferentes acepciones y desde las explicaciones sistémicas, las relaciones, los cambios sociales, la conciencia colectiva y las costumbres de una región que siguen siendo rebatidas y deconstruidas constantemente.

Palabras clave:

turismo, perspectiva económica, perspectiva social, perspectiva cultural.

Abstract

This article aims to reflect on the conceptualization of tourism from three perspectives of analysis: economic, social and cultural; This analysis is approached from a systemic study of the theories oriented with the perspectives of authors, currents and documents on the concept of tourism. It was determined that tourism is approached from different meanings from systemic explanations, relationships, social changes, collective consciousness, and customs of a region, which continue to be refuted, reinvented and in force.

Keywords:

tourism, economic perspective, social perspective, cultural perspective.

Introducción

Hablar de turismo es complejo y extenso, fundamentalmente por sus asociaciones con el sector de la industria; por esto, es objeto de múltiples contradicciones y menoscabado por estudios superficiales y perjuicios científicos que lo desacreditan y debilitan sin duda su carácter de disciplina de estudio. Pese a estas dificultades, es considerado como un gran generador de riqueza, y parte trascendental de la vida de la sociedad actual. Para García (2005), el estudio de un objeto requiere un análisis asociado a su valor de uso desde su esencia y presencia, determinando sus relaciones y su juicio histórico. La realidad contigua muestra que el turismo reside como un desplazamiento estacional de personas hacia un destino diferente de su entorno habitual, cuyo primer momento de análisis está centrado en la manifestación empírica de la realidad concreta García (2005).

Desde la dimensión de lo temporal y vinculado a la teoría social del turismo de Frederic Munné, citado por García (2005) refiere que para Marx el turismo se considera como una manera de ocio que se contrapone al tiempo laboral. El ocio turístico es, entonces, la esencia del viaje. En este sentido, se torna necesario problematizar el turismo como un objeto de estudio partiendo desde sus enfoques, estableciendo los diversos postulados y posiciones de sus partidarios y detractores.

Es importante partir del hecho de que el turismo como cuerpo de conocimientos es vasto por lo que no se puede estudiar desde una o varias disciplinas que integran las ciencias sociales, sino que es necesario ver su dinámica interdisciplinaria. El objeto del turismo trasciende la perspectiva disciplinar de un sujeto (Cionce, 2004). Para Cionce (2004) estudiar el turismo requiere de tres enfoques: económico, conductista y fenomenológico. El primero está relacionado con la oferta y demanda de viajes, que se traduce en una renta disponible con una serie de gastos establecidos en divisas y fuentes de empleo; el segundo hace hincapié en el mundo real con acontecimientos turísticos desde la experiencia placentera; y el tercero se centra en las expectativas e imágenes mentales sobre el destino que motiva el viaje y la visita.

A partir de los postulados anteriores, se puede, a su vez, generar concordancias con la evolución del pensamiento turístico: el enfoque económico asociado al turismo de masas, el enfoque conductista centrado en la visión sociológica del turismo y el enfoque fenomenológico bifurcado en dos vertientes, la primera relacionada con la crítica al impacto negativo del turismo y la segunda desde el turismo sustentable como dinámica de renovación.

Sin embargo, aunque el pensamiento sobre el turismo y su perspectiva como objeto de estudio se ha transformado, algunos críticos hacen evidente que el turismo tiene fuertes problemáticas teóricas: por ejemplo, Rocha Centeno (2000), citado por Ascanio (2010) menciona que “la forma en que se hace investigación en las ciencias sociales, no es totalmente pertinente cuando se hace investigación turística debido a que para investigar el turismo se requiere de un cuerpo teórico que todavía no existe” (p. 640).

Al respecto, no se puede pensar que teóricamente no exista una producción, sino que, por el contrario, no se hallan escuelas de pensamiento. De acuerdo con Ascanio (2010), existe una posición crítica, que sostiene que el estudio del turismo y su análisis se encuentra estancado, debido a que para muchos estudiosos es más fácil concebirlo desde las disciplinas económicas, psicológicas y políticas. En este sentido, Sessa (1979), plantea que, aunque se pueda estudiar el turismo desde las técnicas de investigación común, es necesario, en los casos actuales, un estudio especializado que contribuya a su análisis real (Muñoz, 2004).

Metodología

Esta investigación se fundamenta en la pesquisa de información y su análisis que, según Stone, Dunphy, Smith y Oglive (1966) se refiere a una técnica de investigación para expresar deducciones desde un proceso sistémico y objetivo, que atiende a sus características particulares, a partir de los autores, corrientes y teorías relacionadas con el turismo como sujeto de estudio (Herrera, 2018). El abordaje de la temática en este artículo de revisión se realiza a partir de tres perspectivas centrales del turismo: económica, social y cultural.

Esta investigación se plantea desde las diversas obras y publicaciones que subrayan tanto su trasegar histórico como las discusiones alrededor. Esto posibilita delimitar los cambios dentro de su concepción y la necesidad de su estudio como concepto y fenómeno que se aleja de las visiones operativas y utilitarias.

Resultados y discusión

Aproximación conceptual del turismo

Desde su etimología, el turismo está compuesto por el vocablo francés *tour* que significa *vuelta* y la raíz *ismo* que significa *acción de*, lo que compondría *la acción de dar la vuelta*. Este origen presenta el componente trascendental de su esencia, el desplazamiento, que a su vez se integra a sus dinámicas culturales y económicas. Aunque el término aparece en el siglo XVIII, solo se consigna y estudia hasta el siglo XX; en el caso de la Real Academia Española, fue solo hasta en 1925 que se incluyó la palabra turismo en la edición^{15ª} que sirvió para indicar la afición de viajar por gusto y de recorrer un país, generalmente extranjero.

La definición de turismo resulta por lo tanto muy compleja de construir, debido a las diferentes visiones escuelas y estudiosos que la han abordado: desde la visión económica, se concibe como un sector, en cuya dinámica de mercado están presente la oferta y la demanda que, a su vez, se mide por las fuerzas productivas, factores relevantes para el estudio de la economía. Desde su naturaleza social, se define como un conjunto de relaciones humanas, que los individuos deciden establecer. En este punto, las disciplinas de la economía y la sociología se entrelazan, pues el sujeto turista posee unas expectativas que integran la demanda y los anfitriones o comunidad residente buscan satisfacerlas a través de una oferta turística mediada por recursos económicos.

Dentro de estas relaciones, conviene resaltar quién es el turista y el anfitrión: el turista es un individuo que se desplaza desde su lugar de origen habitual a un lugar sobre el que, además de conocer e involucrarse con la población del lugar, tiene interés para descansar, divertirse o distraerse. En su visión romántica, el turista es el *conocedor* del mundo y el impulsor del desarrollo. Sin embargo, para Santana (1997), el turista como demagogo -agitador o consumista en su evolución histórica- hace alusión a aquel ser independiente en búsqueda de pertenecer de manera autosostenible a un sistema cronológico de hechos que satisfagan sus intereses y necesidades. El turismo, actualmente, y su comprensión están centrado en el esnobismo y la curiosidad que, en sus primeros albores, estuvo relacionado con la salud y necesidad de hallar un mejor clima durante las diferentes épocas del año.

Respecto al anfitrión o la comunidad residente, se encuentran en una disyuntiva, pues el enfoque económico del turismo es definida como una fuerza de oferta constituida como un producto que, desde la visión empobrecedora de la psicología se ve obligada a *vender su imagen*. No obstante, esta concepción empobrecida se ha transformado para dar paso a las ofertas locales.

El interés de este texto se centra en aproximarse a las distintas conceptualizaciones del turismo. Esto hace imperioso el estudio del espacio turístico desde los elementos tangibles y las relaciones simbólicas proyectadas en el espacio geográfico y el establecimiento de sus flujos. Según Fratucci, citado por Carvalho y Moquete (2011), se define al territorio turístico como:

El territorio donde el turismo se realiza, y donde ocurren las interacciones e interrelaciones temporarias entre el anfitrión y el turista [hoy sumamos los agentes de mercado, los trabajadores y el Estado], los cuales tendrán un contacto directo, sin barreras (físicas o simbólicas) entre ellos y el reconocimiento de la existencia del otro, recíproca y simultáneamente (p. 445).

En este territorio indiscutiblemente se generan cambios que, a través del tiempo, se hacen más latentes en los escenarios ambientales, sociales y económicos; en el escenario ambiental el turismo resulta ambiguo, ya que su desarrollo ha sido tanto perjudicial como benéfico para recursos turísticos, ya que puede ser tanto el principal consumidor de la naturaleza, así como el potencial protector de los recursos. En el plano social como un fenómeno sociológico y en el económico como generador de recursos, resulta una tarea compleja y necesaria centrarse en su perspectiva social y cultural.

Perspectiva Económica del Turismo

En cuanto al punto de vista económico en torno a las problemáticas centrales del turismo, se tienen en cuenta aspectos como la distribución de los recursos, los niveles de competencia en los diferentes mercados y sus respectivas variables, su rendimiento y crecimiento exponencial, los comportamientos de compra y su estacionalidad. En 1911 Scullerm ya hablaba sobre el turismo y su relación con las economías; y muchos autores, posteriormente, lo secundaron en su idea. Entre ellos, cabe la pena mencionar a autores como los españoles Figuerola, citados por Osorio García y Fuster (2003), quien en su obra *Historia General del Turismo de Masas* establece dos periodos de pensamiento: la primera década del siglo XX y el periodo de posguerra; a estos hechos, se adhieren los pensadores como Angelo Moriotti en 1922 que, con la obra *La industria del forastero en Italia: Economía Política del Turismo*¹, se hacen pioneros en trabajos sobre la industria de los forasteros (Dachary & Arnaiz. 2005).

Posteriormente, autores como Gluscksmann y Schiwink en 1929 consolidan presupuestos en torno a la teoría de los forasteros y su relación con comunidades y, al mismo tiempo, definen el turismo como un hecho cinético o de movimiento¹, premisa que ha permanecido hasta la actualidad. Solo hasta 1991, estos postulados económicos son rebatidos por Turner y John Ash que, al reflexionar sobre el turismo como un fenómeno migratorio de masas, lo comparan con una tribu de bárbaros de tiempos dorados que se trasladan en avión como consecuencia de la oleada de la cuarta tecnología (Ascanio, 2010). En este sentido Turner y John Ash, plantean una doble cara del turismo: en primer lugar, el turismo es presentado como una actividad benéfica para las comunidades y los países, que permite un desarrollo social y de entendimiento cultural; en segundo lugar, este es considerada como letal, ya que se basa fundamentalmente en el consumo que ofrece la industrialización desde la depredación y el desprecio de las comunidades residente, para los locales los turistas que son una personificación de las desigualdades contemporáneas. (Ascanio, 2010).

A pesar de esto, el enfoque económico sigue siendo prioritario. En la mitad del siglo XX, a través del cambio de pensamiento, se establece la escuela humanística, que tuvo como fundadores a Kurt Krapf y Walter Hunziker con su publicación *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Como lo menciona Ascanio (2010), estos realizaron un análisis más amplio del fenómeno turístico desde las relaciones y fenómenos producidos

1 Según Jiménez Guzmán (1990), citado por Dachary y Burne (2005), el turismo cinético se define como un movimiento de personas que abandonan temporalmente su residencia habitual por motivos relacionados con su espíritu, cuerpo o profesión.

del desplazamiento y las repercusiones en la comunidad residente. A este movimiento se le consideró la “sociología del turismo”, su aporte fue tan importante que los estados tuvieron que dirigir sus miradas para concebir el turismo social² y permitir la inclusión de nuevos segmentos. Para estos autores, el turismo, sin embargo, es un fenómeno económico y social que colinda, paralelamente, con los planteamientos de Sessa y Wahab (1975), citada por Ascanio (2010) en torno a la concepción del turismo social.

En esta misma época, aparecen los críticos del desarrollo económico, cuyos presupuestos ecologistas advierten sobre el impacto turístico, en los que se desarrollan propuestas relacionadas con sus efectos nocivos. Entre estos postulados, sobresalen Turner y Ash con su publicación la *Horda Dorada y Jafari* (1989) que destacan los aspectos socioculturales en sus modelos de turismo.

En 1972, la revista yugoslava *Turismología*, instaurada por el geógrafo Zivandin Jovicic, establece otro direccionamiento al turismo que permita analizarlo como una nueva ciencia independiente. Por su parte, Rocha (1992) propone crear una teoría del turismo con bases epistemológicas, considerando la teoría del conocimiento y la lógica; de igual manera, Sessa (1996), compilado por Muñoz de Escalona (2004), analiza de manera crítica los puntos esenciales y características del turismo desde la precedencia fenomenológica. En esta misma dinámica nacen enfoques sistémicos, cuyo propósito es reconocer los elementos desde la postura holística y darle una conceptualización desde su causa misma. Es importante reconocer que este enfoque continúa en construcción y que para muchos teóricos es necesario recorrer un camino más amplio y estructurado.

Al respecto, Muñoz Escalona (2005) plantea la existencia de dos vertientes del turismo en el contexto fenomenológico: en la primera se concibe la vida cotidiana de la comunidad residente y trabajadores del sector dentro de su entorno: la segunda, en contraposición, se concibe como aquella en la que se encuentran los turistas, cuando cambian su entorno habitual y se embarcan en el viaje ajeno a su vida como trabajadores y residentes. En los dos casos, el autor establece las tipificaciones de *turista* y *anfitrión* que definen su actuación en el espacio turístico, desde la intersubjetividad, la generación de relaciones y lo construcción de un conocimiento social constituido desde el origen y el destino.

A partir de lo anterior, el fenómeno turístico se aborda también desde dos aproximaciones angulares, el macrosocial, amparado en la referencia de las macro-estructuras definidas a partir de las relaciones entre la diversidad de sus elementos; y el microsociales, enfocado en las particularidades propias de las relaciones de los actores del turismo. Se infiere, entonces, que el turismo corresponde a un fenómeno social que hace parte de la sociedad desde las dimensiones estructurales y de acción, y que se genera y transforma a partir de su misma dinámica y operación. (Muñoz, 2005).

Desde los disímiles enfoques, discontinuidades y cambios de las diversas disciplinas, se evidencia en la investigación y teorización del turismo que es un objeto de investigación complejo y que su tratamiento parcializado, fundamentalmente económico, ha impedido sus análisis de manera integral. En palabras de Jovic, citado por Beltrami (2011), se representa el turismo como:

fenómeno único y que ninguno de sus componentes puede ser estudiado aisladamente, ya que para poder estudiar aisladamente cualquier aspecto del fenómeno es indispensable conocer su esencia, su naturaleza profunda, pues, de lo contrario, se corre el riesgo de presentarlo desde un ángulo unilateral o desnaturalizado (cayendo en el economicismo, el geografismo, el sociologismo, etc. (p.24).

2 Según Daniel Pérez, J. González y Velasco, en Hacia un turismo para todos (2003), el turismo social se define como una modalidad que incorpora personas menos favorecidas y que generan el desarrollo social en dichas comunidades.

El turismo como fenómeno Social

Para poder definir al turismo como un fenómeno social, es necesario centrarse en dos aspectos: el primero, manifiesto en el turismo como objeto de desarrollo económico, y el segundo, enfocado en las relaciones y cambios sociales que emergieron de su desarrollo. Frente al primer aspecto, se debe partir del hecho de que la revolución industrial es el momento histórico planteado el surgimiento de la concepción de turismo. Santana (1997) aborda el turismo desde las ideas habituales de la teoría economicista, definida por la perspectiva de desarrollo y expansión económica y bajo preceptos culturales, políticos y sociales de occidente en el marco de sociedades

de concentración y generación de excedentes, útiles para el escape del estrés creado. Desde el punto de vista económico, las problemáticas centrales del turismo están relacionadas con la distribución de los recursos, los niveles de competencia en los diferentes mercados y sus respectivas variables, su rendimiento y crecimiento exponencial, los comportamientos de compra y su estacionalidad.

Desde la postura de Bailey, citado por Baxendle (1994), realizó un estudio de clases, en el que se apartó de la posición marxista ortodoxa y liberal. Para este, existía ya un esquema esencial sobre el ocio, sin embargo, no es profundo, ya que los marxistas no ampliaron esta temática hacia la cultura popular del siglo XIX (Baxendle, 1994). La investigación de Bailey se produce paralelamente a los estudios sobre la reforma creativa, de vivienda, educación y sanidad; todas vinculadas en el marco de la visión de desarrollo y progreso.

El libro de Bailey, citado por Baxendle (1994), presenta la interacción entre la clase trabajadora y el trascurrir propio de la cultura popular para permitir su renovación. Desde el modo gramsciano se puede constatar que el espíritu popular fue moldeado de manera enérgica por la urbanización, sin embargo la visión de recreación no se perdió, sino que se adaptó a las condiciones de la clase trabajadora desde las diversiones festivas y la recreación. Bailey fortalece este estudio desde las relaciones y visiones de las clases: la clase trabajadora asociada a las diversiones festivas; la clase media en su ferviente cruzada de moralidad y recreación sana; y la élite que busca moldear la recreación al patrocinarla, pero sin éxito. De igual manera, se abordan los empresarios del entretenimiento, a partir de sus métodos de ventas, en la búsqueda del lucro y la eficiencia. Para Baxendale (1994), tanto la obra de Bailey, sobre el ocio y clases victorianas de Inglaterra, como su obra posterior sobre el *muste hall* mantienen la mirada atenta sobre “las cuestiones principales de la cultura y la ideología, de los actores y las estructuras en una sociedad capitalista moderna”(p. 48).

En lo concerniente a la relación entre turistas y anfitriones, autores como Glusecksmann y Schiwink, quienes desarrollan teorías con relación entre forasteros y comunidades, definen el turismo como un hecho cinético o de movimiento que permite la interacción cultural. De acuerdo con Jiménez Guzmán 1990, citado por Dachary y Arnaiz (2005), la actividad turística compone una de las primeras muestras de la globalización económica, comprobada entre los diferentes entornos locales, intercalando usanzas y herencias delimitadas con permanente interacción y contacto. Según este, “Como fenómeno social, el turismo legitima la conexión local-global promoviendo la interacción entre las culturas y contribuyendo en los procesos de hibridación, asimilación y traducción cultural”

En este sentido, se subrayan las relaciones existentes y la forma de ocupación del ocio dentro de desplazamientos realizados por placer y recreación. Allí se referencian los gustos y preferencias como objeto de formación a los hechos en el tiempo presente, que señalan la posición consumista del ser humano como objeto histórico- económico y social. Por otra parte, los oferentes del turismo están sujetos a las necesidades de la demanda y obligados a reinventarse. Para los críticos más acérrimos del turismo

los residentes están obligados a vender su imagen y a construir para los visitantes un *parque temático* en el cual ya tienen un papel secundario, *son inmigrantes en su propia tierra*.

Sin embargo, se hace necesario también concebir al turismo desde motivaciones del viaje y las relaciones existentes entre los turistas y la comunidad receptora. Santana (1997) menciona que las motivaciones ha cambiado de la idea del romanticismo y el desplazamiento contemporáneo a una concepción comercial y mercantil. Walton (2005) exhibe al turista inglés como reclamador de una comprensión privilegiada y científica de la otra cultura dirigida hacia las costumbres anticuadas de los incultos, la “experiencia de la clase dominante”. La motivación del turista está inmersa en una intrincada trampa económica que, aunque está basada en la curiosidad humana, parte de una concepción de facilitación de la experiencia, en donde se hace necesario el papel de los publicistas en el fortalecimiento de la idea de lo desconocido y el reconocimiento de lo auténtico, haciendo posible la “mentalidad colectiva” (Santana, 1997).

Para los países anfitriones, el turismo es tan complejo como letal, ya que cambiaron para siempre los paisajes rurales por facilidades turísticas, construyeron edificaciones de alojamiento más opulentas que sus propias viviendas y reinventaron sus vidas; en contraposición, el turismo también permitió la construcción de una economía floreciente y competitiva, dentro de las pocas posibilidades existentes (Osorio, 2005).

En *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*, citado por Ascanio (2010) se realiza un análisis más amplio del fenómeno turístico desde las relaciones y fenómenos producidos del desplazamiento y las repercusiones en la comunidad residente. A este movimiento se le considera el inicio de la *sociología del turismo*, su aporte fue tan importante que los estados tuvieron que redirigir sus miradas hacia el concepto de turismo social³ para permitir la inclusión de nuevos segmentos. Por esta razón, el turismo es considerado como un fenómeno económico y social: así, por ejemplo, para Sessa y Wahab (1975, citado por Muñoz (2004), la concepción del turismo es enteramente social. Para otros, como Turner y Ash, el turismo tiene un impacto sobre el medio ambiente que, en contraposición, debe direccionarse hacia una visión ecologista y sociocultural.

Desde una perspectiva social la descripción del análisis de los términos de la interacción entre turistas y comunidad receptora resulta necesaria para explicar los impactos del turismo en las regiones y localidades. Pearce (2010) considera dos fuentes de existencia social descritos en los efectos directos e indirectos de esta relación: en los efectos directos la relación provoca cambios sustanciales en la identidad de las poblaciones; y la segunda obedece a la alteración del trabajo y a las diferencias socioeconómicas.

El turismo desde lo cultural

Para Antonio Juaréz Medina (2012), las concepciones más tradicionales del turismo la consideran como una expresión cultural de una región del mundo con un conjunto de manifestaciones culturales materializados en productos turísticos culturales básicos. Esta dinámica parte de analizar que el componente principal de la motivación del viaje o los atractivos culturales definidos están en función de las manifestaciones de cada región, que han sido clasificados como *recursos naturales* que se entienden como los recursos turísticos concebidos desde el entorno natural o como *productos sociales* orientados hacia las divisiones o empresas del patrimonio cultural y su relación con los entornos geográficos, así como hacia la conjunción de los dos.

Para el surgimiento del turismo, se hace necesario la creación y consolidación de la oferta de los recursos y productos que requiere de la generación de espacios, en los que los turistas y las comunidades pueden tener un diálogo conjunto que se realice a través del intercambio y la valoración de las diferencias. Esto sería lo ideal, sin embargo también se puede generar problemáticas tales como la invención cultural, determinada por el grado de autenticidad de una cultura, y el rechazo a las costumbres locales. Para Osorio (2005. P.75):

3 El turismo social supone una nueva modalidad de turismo basado en la inclusión de la oferta de aquellos menos favorecidos por razones económicas, sociales, etc., propiciando su propio desarrollo y el de las comunidades visitadas.

El impacto del turismo en los países anfitriones es tan complejo como letal. Las élites de dichos países son corrompidas; cada vez miran con más interés y atracción a las delicias que les ofrece el mundo industrializado y orientado hacia el consumo. Las masas consideran al turista como un extranjero odioso, sí, pero también como símbolo poderoso de las desigualdades de nuestro mundo contemporáneo .

La aceptación o negación en términos culturales puede obedecer a “criterios de consideración social, de conciencia colectiva formada, de las costumbres de una región, y hasta de los métodos de investigación o divulgación usados para popularizarla” (Juárez, 2005. P. 27). Esta situación genera a su vez una interacción compleja entre las comunidades portadoras de su acervo cultural y los turistas ávidos de conocer y socializar lo conocido.

Conclusión

El concepto de turismo tiene una connotación moderna resultado del enfoque económico y del abordaje de las investigaciones en la que se sitúa al turismo como factor de desarrollo y un motor importante de dinamización económica y transformación social que se plantea desde finales del siglo XIX y hasta durante la primera mitad del siglo XX. A nivel económico, las problemáticas centrales del turismo están relacionadas con la distribución de los recursos, los niveles de competencia en los diferentes mercados y sus respectivas variables, su rendimiento y crecimiento exponencial, los comportamientos de compra y su estacionalidad. Sin embargo, en estos mismos niveles aparecen las perspectivas sociales y culturales. Por ello, resulta imperativo el estudio de las relaciones dentro de las dinámicas comunitarias, de experiencia y desarrollo que hacen del turismo un fenómeno de interés holístico.

Los estudios actuales del turismo, aunque reducidos, han establecido un cuerpo de conocimiento que posibilitan un acercamiento para construir dentro de las ciencias sociales una disciplina objeto de investigación, y para aportar al desarrollo y consolidación de un cuerpo de conocimiento del turismo. En consecuencia, esta sucinta investigación se fundamenta en la estructuración de posturas investigativas que aborden el fenómeno como objeto de estudio y que, a su vez, conciben una discusión de su método de abordaje, sus hallazgos y sus errores, para nutrir el campo disciplinar en cuestión.

Bibliografía

- 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.
- Baxendale, J. (1994). Peter Bailey, Ocio y Clase en la Inglaterra Victoriana. En Barker, M. & Beezer, I. *Introducción a los Estudios Culturales*. (pp. 45-60). Barcelona: Colección Bosch.
- Beltrami, M. (2011). *Ocio y viajes en la historia: Antigüedad y Medioevo*. España: EAE.
- Carvalho, K. D., & Guzmán, S. J. M. (2011). El turismo en la dinámica territorial: ¿Lógica global, desarrollo local?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(2), 441-461.

- Sampaio, C. A. C. (2004). El turismo como fenómeno histórico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 13(3), 290-302.
- Dachary, A. C., & Arnaiz Burne, S. M. (2006). El estudio del turismo: ¿Un paradigma en formación?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15(2), 179-192.
- García, M. O. (2005). Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista crítica. *PASOS-Revista de turismo y patrimonio cultural*, 3(1), 41-61.
- Jafari, J. (1989). Structure of tourism. En Witt S.F. & Moutinho L. *Tourism marketing and management handbook*. (pp. 500-656). London: Prentice Hall.
- Juárez, A., (2012) Interacciones entre la cultura y el turismo: Elementos de reflexión internacional para una perspectiva hispana. Recuperado de <http://turismoirresponsable.info/wp-content/uploads/2012/11/50a5539b26701.pdf>
- Herrera, C. (2018). Investigación e Innovación Responsable: un nuevo enfoque de la Comisión Europea para regular el desarrollo tecnológico. *Tecnología y Sociedad*, (7), 11-26. Recuperado de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/5388/1/investigacion-innovacion-responsable-herrera.pdf>
- Muñoz de Escalona, F. (2004) Producción y productos turísticos: estado de la cuestión, métodos y tendencias. En Alberto Sessa. *Producción turística y productos turísticos. Contribuciones a la economía*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/332245239_PRODUCION_DE_TURISMO_SEGUN_SESSA
- Muñoz de Escalona, F. (2004). Autopsia del Turismo: El vencimiento de la distancia. Editado por eumed · net. Recuperado de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria>
- Osorio, M. (2005). Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista crítica. *PASOS-Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(1), 41-61. Recuperado de <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.002>
- Pearce, D., & Soriano Bello, L. (1988). *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográficas*. México: Editorial Trillas.
- Rocha Centeno, R. (2007). Metodología de la investigación aplicada al turismo: Casos prácticos. México: Editorial Trillas.
- Santana, A. (1997). Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/40184360>
- Walton, J. K. (2002). Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX. Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/37935>